La "lista negra" de las empresas

REVISTA DEL

CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

Calidad de reproductores de **CD y walkmans**

REFRIGERADORES
conozca cuál es el mejor

DETERGENTES
¿Qué tan "biodegradables" son?

Marzo 1997 · Núm. 241 · México · $ 13.00

¡Si tienen tele ...! nos vemos en el programa...

REVISTA del CONSUMIDOR

- Canal 2 Lunes 11:30 a 12:00
- Canal 22 Martes 00:00 a 00:30
- EDUSAT Martes 7:00 a 7:30
- Canal 4 Miércoles 00:00 a 00:30
- Canal 40 Miércoles 16:00 a 16:30
- Canal 11 Jueves 13:00 a 13:30
- Canal 13 Viernes 00:00 a 00:30

RADIO revista del Consumidor

Horarios del programa radiofónico

- X.E.V.O.Z./1590 La Bonita / Grupo ACIR Lunes 5:30-5:45
- X.H.M.-F.M./88.9 Azul 89 / ACIR Miércoles 22:30-22:45
- X.E.Q./940 La Q Mexicana / Radiópolis Jueves 21:30-21:45
- X.E.Q.-F.M./92.9 K-Buena / Radiópolis Viernes 21:30-21:45
- X.E.A.I./1500 Canal Tropical / Radio Fórmula Viernes 21:15-21:30
- X.E.F.A.J./1560 La Consentida / O.R.C. Sábado 21:30-21:45
- X.E.J.P.-F.M./93.7 Stereo Joya / O.R.C. Domingo 17:30-17:45

160 radiodifusoras en todo el país

- XEBS RADIO SINFONOLA / 1410 A.M. Lunes 5:30 a.m.
- XEL RADIO ACIR / 1260 A.M. Lunes 5:45 a.m.
- XEDA RADIO 13 / 1290 A.M Lunes 7:40 p.m.
- XERC EL FONOGRAFO DEL RECUERDO / 790 A.M. Lunes 7:45 p.m.
- XESM RADIO CAÑON / 1470 A.M. Lunes 8:17 p.m.
- XECO LA PODEROSA / 1380 A.M. Lunes 9:00 p.m.
- XEQR RADIO CENTRO / 1030 A.M. Martes 8:45 p.m.
- XEJP RADIO VARIEDADES / 1150 A.M. Domingos 21:00 p.m.

Sumario

Marzo de 1997 • Núm. 241

Editorial 2

PROFECO en acción 3

• La "lista negra" de las empresas
• Los derechos del consumidor
• Quién es quién en los precios
• Ofertas de primavera

Cómo comprar 16

• Lápices labiales
•Cepillos dentales

El consumidor en el mundo 20

• Derechos de los pacientes

Alimentación y nutrición 22

• Pescados y mariscos en esta Cuaresma

Nuestro medio 26

• ¿Qué tan "biodegradables" son los detergentes

Reporte especial

Calidad de reproductores de CD y walkmans

Bajo la lupa 33

• Calidad de refrigeradores

Qué hay detrás de... 44

• Piratería en fonogramas

Por su salud 48

• Comedores compulsivos
•Chicles y parches de nicotina

Mundo publicitario 54

• Autorregulación publicitaria

Tecnologías domésticas 58

• Mermeladas y ates

Los pequeños consumidores 60

• ¡Llegó la primavera!
• Adivinanzas • Cuaresma

Buzón del consumidor 63

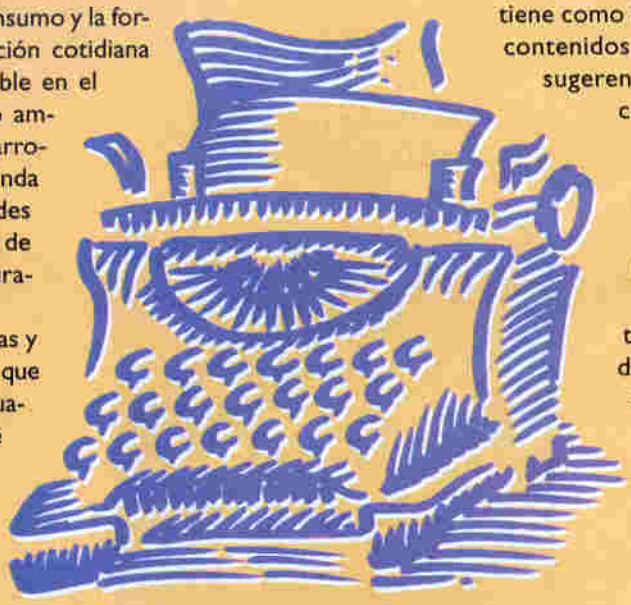
El consumo sustentable

Este mes conmemoramos en las diversas latitudes del planeta el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, festejo que las variadas organizaciones de consumidores -tanto no gubernamentales como públicas- aprovechamos para difundir información que promueva acciones en defensa de los intereses del consumidor.

En esta ocasión, una de las preocupaciones centrales del movimiento consumerista internacional es alertar a la población acerca del impacto directo que recibe el ambiente a causa de los procesos de producción y consumo.

Por naturaleza somos consumidores, sin embargo, la elaboración de productos, la prestación de servicios, nuestros hábitos de consumo y la forma de llevar a cabo esta acción cotidiana han dejado una huella indeleble en el siempre vulnerable equilibrio ambiental, pero el grado de desarrollo científico y tecnológico brinda cada vez mayores oportunidades de preservar nuestro medio y de aprovechar los recursos naturales de forma más racional.

Sin duda se requieren normas y reglamentos más estrictos para que productores, proveedores, usuarios de servicios y de bienes de consumo se apeguen a rigurosas medidas de seguridad y protección del ambiente.



No obstante, la labor de ninguna manera se agota allí: conformar una cultura que propicie el respeto por nuestro entorno, así como impulsar acciones que incidan en la preservación del medio es una tarea que nos corresponde a todos los agentes sociales.

Contribuir a generar cada vez más productos y servicios «verdes» y propiciar hábitos de consumo más racionales son los retos que encaramos las generaciones de este final del milenio si deseamos vivir en un mundo más habitable.

Y a propósito de convocatorias, como lo hemos hecho en años anteriores con espléndidos resultados, a partir de esta edición incluimos un cuestionario que tiene como finalidad continuar elaborando los contenidos de esta revista a partir de sus sugerencias de temas, así como de sus críticas y opiniones. Este tipo de comunicación se realizará paralelamente con entrevistas vía telefónica y en forma directa, con encuestas entre nuestros amables lectores.

Toda esta información nos resulta vital para continuar enriqueciendo nuestro servicio de información a partir de sus propios intereses. ¡Participe con nosotros enviándonos este cuestionario por fax o correo! ¡Para nosotros, usted es nuestro mejor reportero!

Directorio

Procurador Federal del Consumidor: Fernando Lerdo de Tejada

Coordinadora General de Investigación y Divulgación: Martha Susana Ruiz

Director General y Editor: Marco Antonio López Gallo; **Director Editorial:** Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; **Jefa de Corrección:** Dora Torres Ponce; **Reporteros:** Vanessa Prieto Barrientos, Graciela Muñoz Ariza, Miguel G. Prieto Martínez, Lorena M. Romo Maldonado; **Corrección:** Alejandra Sánchez Plascencia; **Fotografía:** Francisco Alatriste Torres, Edgar Mendoza Serrano; **Directora de Arte y Diseño:** Norma Patiño Domínguez; **Jefa de Diseño Gráfico:** Areli Jiménez Ramírez; **Diseñadores:** Víctor Manuel Gutiérrez García, Pedro Octavio Castellanos Gómez, Mónica Miranda Villalba, Kathia C. Recio, Alfonso J. Solís Loza; **Ilustración:** Mónica Miranda Villalba, Kathia C. Recio, Víctor Manuel Gutiérrez García, Areli Jiménez Ramírez.

Teléfonos de la revista: 211•90•82 ó 625•67•00 exts. 6930, 6927 ó 6926. Fax: 211•15•37. Envíe su correspondencia a José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, Delegación Cuauhtémoc, o al A. P. 20600, México, D. F.

La «lista negra» de las empresas

Recordando siempre el compromiso que asumimos con usted, amable lector, en esta ocasión le ofrecemos un reporte sobre el comportamiento comercial de las empresas. Incluimos el resumen del cuarto trimestre de 1996 (de octubre a diciembre) en lo referente a los giros, proveedores y prestadores con mayor número de sanciones económicas, clausuras, quejas y denuncias.

Si antes de contratar un servicio o adquirir un bien desea obtener mayor información acerca del comportamiento comercial de la empresa que ha elegido, acuda a la delegación de PROFECO más cercana a su domicilio; en el D. F. comuníquese a los teléfonos 568-87-22 ó 211-64-14, en los que con gusto le proporcionaremos los datos que requiera.

Proveedores y prestadores de servicio con mayor número de quejas en 1996

PERIODO: ENERO-DICIEMBRE 1996

Proveedores/Prestadores	Cantidades	Resuelta	Efectividad*	Giro
FAMSA	240	197	82.08%	MUEBLERÍA
GAS PENINSULAR DE CAMPECHE, S.A. DE C.V.	294	218	74.15%	SUMINISTRO DE GAS
AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	2975	2000	67.23%	SUMINISTRO DE AGUA POTABLE
DISTRIB. DE GAS NATURAL DEL EDO. DE MÉX., S.A.	290	194	66.90%	SUMINISTRO DE GAS
SALINAS Y ROCHA, S.A.	330	215	65.15%	TIENDA DEPARTAMENTAL
COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD	21217	13452	63.40%	SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA
TELÉFONOS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	22100	12945	58.57%	SERVICIO TELEFÓNICO
ELEKTRA, S.A. DE C.V.	1197	638	53.30%	MUEBLERÍA
ELEKTRAFIN, S.A. DE C.V.	950	486	51.16%	MUEBLERÍA
SINGER MEXICANA, S.A. DE C.V.	244	115	47.13%	MUEBLERÍA
SEARS ROEBUK DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	538	249	46.28%	TIENDA DEPARTAMENTAL
COMPAÑÍA DE LUZ Y FUERZA DEL CENTRO	2108	817	38.76%	SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA
GAS SILZA	170	64	37.65%	SUMINISTRO DE GAS
GRUPO K2, S.A. DE C.V.	1591	555	34.88%	MUEBLERÍA
CALIFORNIA NET	580	192	33.10%	VENTAS POR TV O TELÉFONO
PUERTA DEL MAR, S.A. DE C.V.	329	104	31.61%	TIEMPOS COMPARTIDOS
GAS NATURAL DE JUÁREZ	512	159	31.05%	SUMINISTRO DE GAS
RADIO MÓVIL DIPSA, S.A. DE C.V.	591	183	30.96%	TELEFONÍA CELULAR
PANTEONES VERTICALES DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	173	43	24.86%	FUNERARIAS Y PANTEONES
SISTEFIN, S.A. DE C.V.	343	64	18.66%	AUTOFINANCIAMIENTO

* Este rubro representa el porcentaje de efectividad acumulado en el año.

PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 1996

Proveedores y prestadores de servicio con mayor número de quejas en 1996

Proveedores/Prestadores	Cantidades	Resueltas	Efectividad*	Giro
GAS PENINSULAR DE CAMPECHE, S.A. DE C.V.	45	54	120.00%	SUMINISTRO DE GAS
FAMSA	52	44	84.62%	MUEBLERÍA
AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	651	503	77.27%	SUMINISTRO DE AGUA POTABLE
TELÉFONOS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	6219	4510	72.52%	SERVICIO TELEFÓNICO
MUEBLERÍA DON JOSÉ	38	27	71.05%	MUEBLERÍA
ELEKTRA, S.A. DE C.V.	364	239	65.66%	MUEBLERÍA
COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD	6483	3899	60.14%	SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA
SALINAS Y ROCHA, S.A.	72	40	55.56%	TIENDA DEPARTAMENTAL
SEARS ROEBUK DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	138	75	54.35%	TIENDA DEPARTAMENTAL
SINGER MEXICANA, S.A. DE C.V.	69	35	50.72%	MUEBLERÍA
EDICIONES BIGO	56	26	46.43%	SERV. TELEF. PAGO POR MENSAJE
SIMPHONY	33	15	45.45%	SERV. TELEF. PAGO POR MENSAJE
COMPAÑÍA DE LUZ Y FUERZA DEL CENTRO	487	221	45.38%	SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA
PUERTA DEL MAR, S.A. DE C.V.	60	22	36.67%	TIEMPOS COMPARTIDOS
RADIO MÓVIL DIPSA, S.A. DE C.V.	161	53	32.92%	TELEFONÍA CELULAR
ELEKTRAFIN, S.A. DE C.V.	37	12	32.43%	MUEBLERÍA
CABLEVISIÓN MAXCANU, A. C.	79	21	26.58%	TELEVISIÓN POR CABLE
CENTRO DE DESCUENTO VIANA, S.A. DE C.V.	36	9	25.00%	MUEBLERÍA
PANTEONES VERTICALES DE MÉX., S.A. DE C.V.	173	43	24.86%	FUNERARIAS Y PANTEONES
SISTEFIN, S.A. DE C.V.	45	7	15.56%	AUTOFINANCIAMIENTO

* Este rubro representa el porcentaje de efectividad acumulado en el trimestre.

PERIODO: OCTUBRE - DICIEMBRE 1996

Proveedores y prestadores de servicio con más clausuras

RESOLUCIONES ADMINISTRATIVAS

Proveedores/Prestadores	Cantidad	Giros
TORTILLERÍAS	7	TORTILLERÍAS
CENTRO HOGAR DIEXCO	4	MUEBLERÍA
COMERCIALIZADORA ORME, S.A.	2	MUEBLES DE COCINA
SISTEFIN, S.A. DE C.V.	2	AUTOFINANCIAMIENTO
AUTOMOTRIZ GARCÍA	1	TALLER MECÁNICO AUTOMOTRIZ
MARÍA CHÁVEZ	1	VENTA MATERIALES PARA CONSTRUCCIÓN
MUEBLES ARBE	1	MUEBLERÍA
RELOJERÍA CITIZEN	1	JOYERÍAS Y RELOJERÍAS

Giros con mayor número de clausuras

RESOLUCIONES ADMINISTRATIVAS

Giros	Cantidades
MUEBLERÍAS	7
TORTILLERÍAS	7
AUTOFINANCIAMIENTO	2
JOYERÍAS Y RELOJERÍAS	1
TALLERES MECÁNICOS AUTOMOTRICES	1
VENTA MATERIALES PARA CONSTRUCCIÓN	1

PERIODO OCTUBRE-DICIEMBRE 1996

Proveedores y prestadores de servicio con mayor número de sanciones económicas

PERIODO OCTUBRE-DICIEMBRE 1996

Proveedores/Prestadores	Cantidades	Giro	Monto
COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD	78	SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	714,082.00
TELÉFONOS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	63	SERVICIO TELEFÓNICO	195,025.00
SISTEFIN, S.A. DE C.V.	51	AUTOFINANCIAMIENTO	984,938.00
VITA INMOBILIARIA, S.A. DE C.V.	23	INMOBILIARIA Y PROMOTORA	493,810.00
CONSTR. ALEQ. DISEÑO Y MANTTO. INDUST., S.A. DE C.V.	10	CONSTRUCCIÓN DE BIENES INMUEBLES	226,000.00
ÁNGEL HUERTA FARÍAS	4	CARPINTERÍA Y EBANISTERÍA	24,860.00
CAMACHO VÁZQUEZ	4	INMOBILIARIA Y PROMOTORA	16,927.40
DANIEL ARELLANO	4	HERRERÍA	13,560.00
COMPAÑÍA DE LUZ Y FUERZA DEL CENTRO	4	SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	10,870.00
AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	3	AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	20,792.00
HÉCTOR HUERTA	3	CARPINTERÍA Y EBANISTERÍA	8,158.60
RAPI VIDRIOS	3	VIDRIERÍA	6,780.00
SUPER STORE HOUSE	3	CENTRO COMERCIAL	6,780.00
SICREA, S.A. DE C.V.	2	AUTOFINANCIAMIENTO	45,200.00
CONSTRUCTORA Y ESTRUCTURAS DE CONCRETO	2	CONSTRUCCIÓN DE BIENES INMUEBLES	34,804.00
TITRAVIDEO, S.A. DE C.V.	2	SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO	22,600.00
TECNOLOGÍA EMPRESARIAL Y ARQUITECTURA MEX.	2	INMOBILIARIA Y PROMOTORA	12,882.00
ANUNCIOS EN DIRECTORIOS, S.A. DE C.V.	2	EDITORIAL	11,300.00
MERCADO DE MATERIALES VELASCO	2	VENTA MATERIALES PARA CONSTRUCCIÓN	9,040.00
PLAZA LAS GLORIAS	2	ALOJAMIENTO TEMPORAL	9,040.00

* Multas impuestas por la emisión de la resolución administrativa

Giros con mayor número de quejas

PERIODO OCTUBRE-DICIEMBRE 1996

Giros	Cantidad	Resueltas
SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	6970	4120
SERVICIO TELEFÓNICO	6226	4513
MUEBLERÍAS	1037	571
AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	651	503
TIENDAS DEPARTAMENTALES	226	121
INMOBILIARIAS Y PROMOTORAS	215	45
SUMINISTRO DE GAS	213	183
TELEFONÍA CELULAR	189	60
SERVICIO TELEFÓNICO PAGO POR MENSAJE	183	76
FUNERARIAS Y PANTEONES	176	44
TIEMPOS COMPARTIDOS	126	77
CARPINTERÍAS Y EBANISTERÍAS	114	37
AUTOFINANCIAMIENTO	112	23
TELEVISIÓN POR CABLE	97	31
CONSTRUCCIÓN DE BIENES INMUEBLES	84	30
SERVICIOS DE ENSEÑANZA	78	35
VENTA DE APARATOS ELÉCTRICOS	75	38
TALLERES DE APARATOS ELÉCTRICOS	66	21
EDITORIALES	60	15
SERVICIOS CONEXOS AL TRANSPORTE	59	15

Giros con mayor número de denuncias

PERIODO OCTUBRE-DICIEMBRE 1996

Giros	Cantidad
SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	1251
SERVICIO TELEFÓNICO	732
ABARROTES Y MISCELÁNEAS	97
SUMINISTRO DE GAS	54
TORTILLERÍAS	22
GASOLINERAS, ESTACIÓN DE SERVICIOS	4
FARMACIAS, DROGUERÍAS Y BOTICAS	3
VENTAS POR TELEVISIÓN O TELÉFONO	3
MUEBLERÍAS	1
PANIFICADORAS	1
TIENDAS DEPARTAMENTALES	1

Día Mundial de los Derechos del Consumidor

El 15 de marzo se celebra el «Día Mundial de los Derechos del Consumidor» y el tema de este año es el consumo sustentable, es decir, el que permite satisfacer las necesidades básicas de las sociedades actuales, brindando a las generaciones futuras la oportunidad de disfrutar una mejor calidad de vida.

El consumo sustentable pretende modificar los patrones de producción y consumo, a fin de que disminuyan, por un lado, el desgaste global de los recursos naturales y la contaminación, y por el otro mejore o se mantenga el nivel de vida de los consumidores.

Sin embargo, las acciones para proteger el medio sólo pueden lograr resultados perdurables mediante una profunda transformación cultural de los individuos, especialmente en lo que respecta a los patrones de consumo.

Por lo tanto, nuestra labor como consumidores consiste en conformar una cultura de consumo basada en valores como el respeto, la responsabilidad, la solidaridad y la autolimitación, con el objetivo de no deteriorar el equilibrio ambiental y con base en el uso planificado de los recursos disponibles.

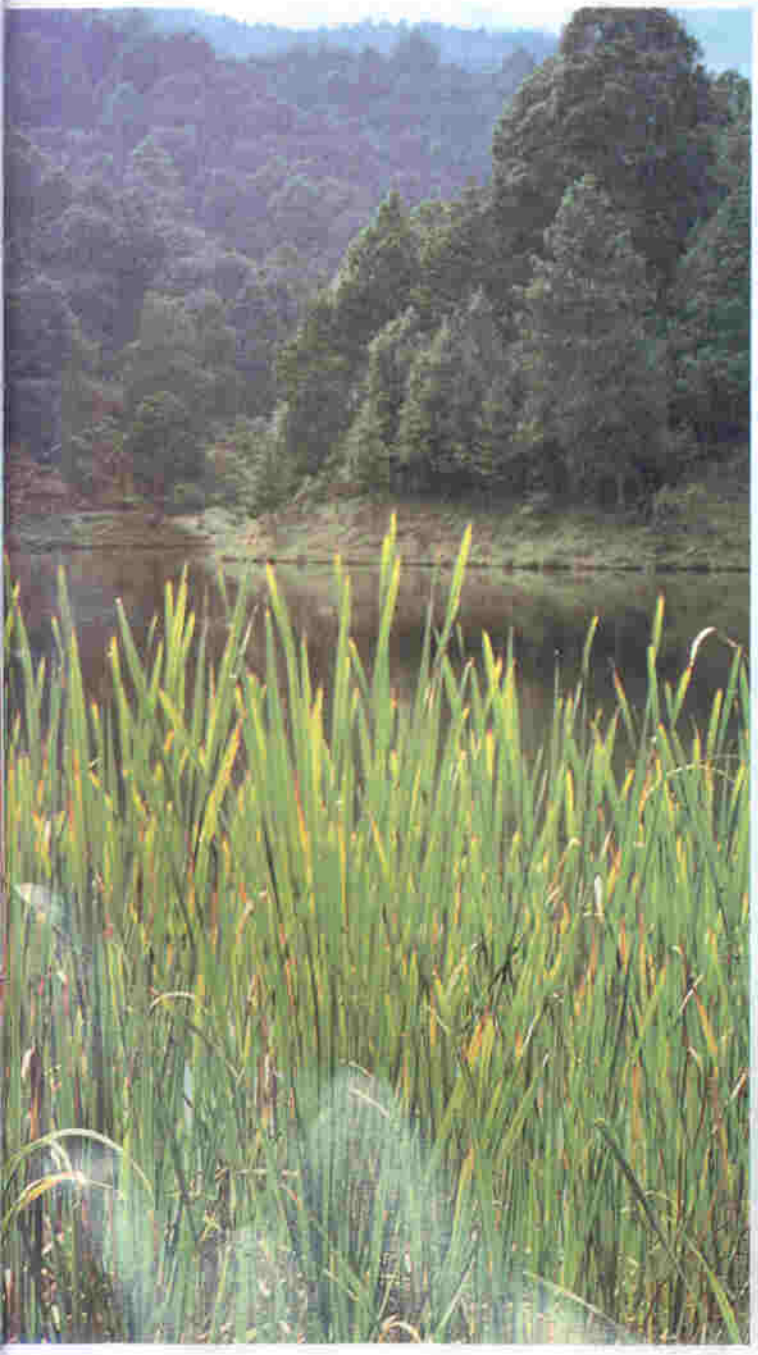
De ahí que la información, la orientación y la educación jueguen un papel fundamental en el desarrollo de la cultura.

De acuerdo con la Ley Federal de Protección al Consumidor, PROFECO tiene, entre otras, las siguientes atribuciones que promueven la nueva cultura de consumo, dentro de la cual se encuentra el consumo sustentable:

- Promover y proteger los derechos del consumidor.
- Representar a los consumidores y sus intereses.
- Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información sobre los bienes y servicios que ofrece el mercado.
- Realizar programas de difusión y capacitación acerca de los derechos del consumidor.
- Promover y realizar programas educativos y de capacitación en materia de orientación al consumidor.

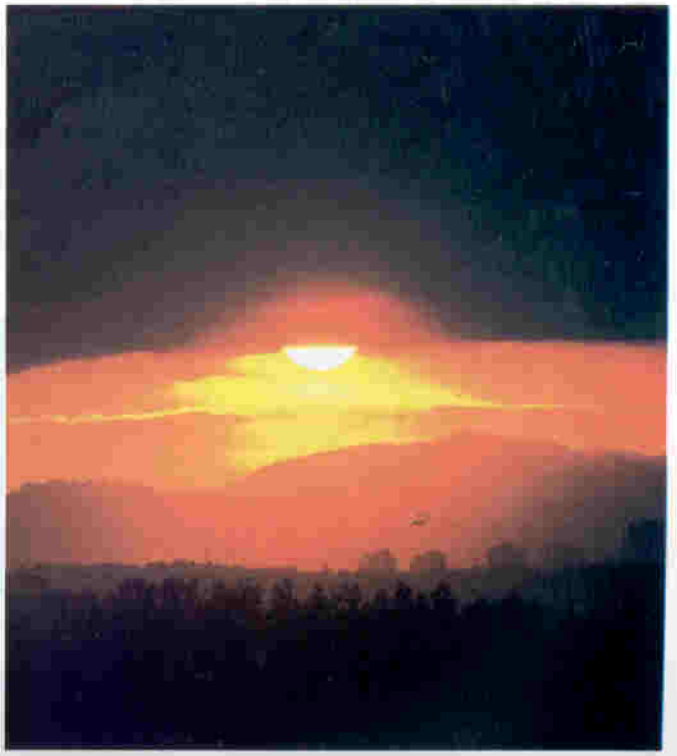
¡Conozca sus derechos!

Para festejar este día como se debe, lo invitamos a conocer los principales derechos que nos asisten como consumidores, los cuales están contemplados en las Directrices de las Naciones Unidas:



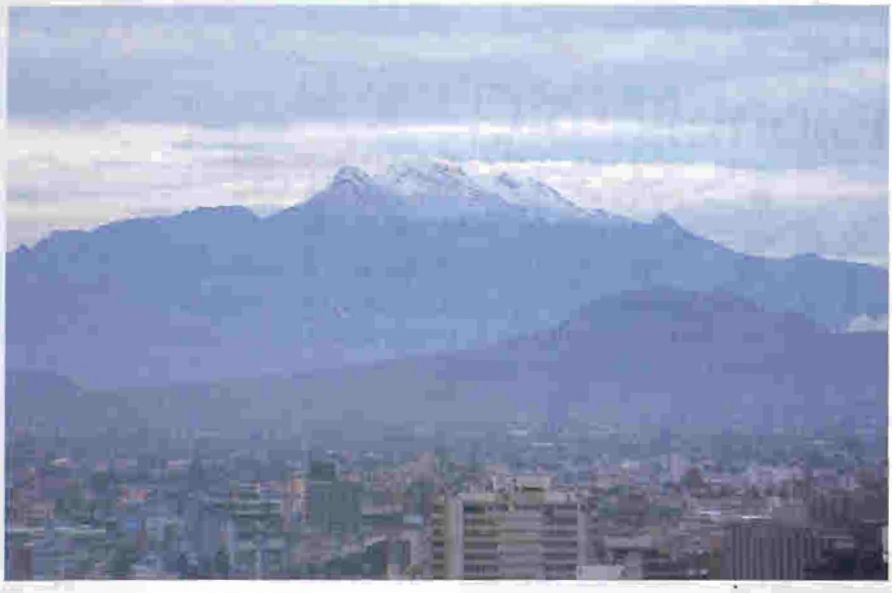
Derecho a elegir:

Este derecho le proporciona al consumidor la posibilidad real de elegir al comprar o contratar bienes y servicios. Las Directrices de las Naciones Unidas controlan las prácticas abusivas de los proveedores y pugnan por brindar servicios confiables, protección ante contratos injustos y promoción de prácticas de venta reguladas.



seguridad:

Los consumidores tenemos derecho a adquirir productos y servicios que sean **seguros** y de **buena calidad**. Las Directrices de las Naciones Unidas pueden aplicarse para vigilar la venta de productos farmacéuticos peligrosos, alimentos contaminados, artículos eléctricos defectuosos o dañinos, etcétera.



Derecho a

información:

Éste es un derecho básico de todos los consumidores y debe ser accesible, es decir, de fácil comprensión, ya que al no contar con la información acerca del uso correcto, riesgos, consecuencias y efectos relacionados con el mal uso de un producto, el consumidor podría ser víctima de un accidente.

educación:

La educación del consumidor para mejorar nuestros hábitos de vida y de consumo debe ser impartida especialmente entre la población joven y los sectores más desprotegidos, tanto en las áreas urbanas como rurales. Dicho aprendizaje es importante, pues su objetivo es construir una sociedad de consumidores críticos y alertas.

representación:

Es de vital importancia que los consumidores estén unidos para influir en la toma de decisiones en favor de la protección a sus derechos. Los grupos de consumidores tienen el derecho de promover o refutar cualquier política gubernamental que les afecte. Las Directrices de las Naciones Unidas luchan por alentar el crecimiento de la organización de consumidores y su movimiento.

calidad de vida:

Los consumidores tienen el derecho a satisfacer necesidades básicas como alimento, agua, salud, vivienda, higiene y educación, que les permitan gozar de un nivel de vida estándar.

ambiente saludable:

Los consumidores tienen el derecho y la responsabilidad de conservar el ambiente a través de hábitos de consumo adecuados, principalmente en lo que se refiere a la producción, uso y almacenamiento de productos químicos y pesticidas.

Además de estos derechos, amigo consumidor, recuerde que usted cuenta con la **Ley Federal de Protección al Consumidor**, la cual promueve una cultura del consumo y fomenta el desarrollo positivo de las relaciones entre consumidores y proveedores, lo cual en conjunto contribuye al fortalecimiento de la economía del país.

En este día no olvide que PROFECO garantiza sus derechos, ¡hágalos valer!

Claudia Cerezo

Fuentes: -El Derecho del Consumidor a la Protección, Internacional de Consumidores.
-Ley Federal de Protección al Consumidor.
-Dirección de Educación para el Consumo y Coordinación General de Investigación y Divulgación, PROFECO.

En cuaresma no todo es pescados y mariscos

En PROFECO siempre buscamos la forma de servir al consumidor, por lo que periódicamente le ofrecemos información relacionada con precios de productos de consumo generalizado a fin de que realice la mejor compra. Es claro que los gustos y preferencias individuales son diferentes, y sabemos que en esta temporada de Cuaresma el consumo de pescados y mariscos se incrementa, sin embargo, en este caso le presentamos un análisis de precios de carnes y embutidos por considerar que en Cuaresma no todo es pescados y mariscos.

Con ese propósito se realizó un comparativo de precios de 20 artículos de consumo generalizado que se encontraron en todas las cadenas comerciales; dicha muestra incluyó 14 embutidos y seis cortes diferentes de carne de res, utilizando información de precios promedio que recaba el programa ¿Quién es quién en los precios? del 31 de enero al 7 de febrero de 1997.

Para el total de los productos se observaron diferencias significativas, siendo la cadena de tiendas ISSSTE la que ofreció el mejor nivel de precios y la mayor cantidad de precios mínimos (9); sus más cercanos competidores fueron las tiendas Chedraui, mostrando una diferencia del 9.81 por ciento. La cadena que presentó la mayor cantidad de precios máximos fue K-Mart (9); por otro lado, la cadena que ofreció el nivel de precios más alto fue Superama, la cual estuvo 31.58 por ciento por arriba de las tiendas del ISSSTE (véase Cuadro 1).

En particular, las tiendas del IMSS ofrecieron el mejor nivel de precios en productos cárnicos, seguidas de Carrefour con una diferencia de 3.2 por ciento (véase Cuadro 3).

Cuadro 1 Nivel de precios por cadena comercial en carnes y embutidos(20 productos comparados)

TIENDA	Valor de los productos	Tienda más barata = 100	Precios mínimos	Precios máximos
ISSSTE	598.89	100.00	9	2
Chedraui	657.67	109.81	1	0
Wal-Mart	664.35	110.93	2	3
B. Com. Mex.673.77	112.50	1	0	
B. Aurrera	680.49	113.63	0	0
IMSS	688.13	114.90	3	0
UNAM	697.19	116.41	0	0
De Todo	698.68	116.66	0	0
Carrefour	711.93	118.87	3	0
Com. Mexicana	721.58	120.49	0	0
Super G	722.15	120.58	1	2
K-Mart	722.40	120.62	0	9
B. Gigante	732.17	122.25	0	1
Gigante	740.85	123.70	0	1
Sumesa	746.01	124.57	0	0
Aurrera	756.16	126.26	0	0
Superama	787.99	131.58	0	8

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios? PROFECO.

Cuadro 2 Comparativo de precios de embutidos entre cadenas comerciales (31 de enero al 7 de febrero de 1997)

ARTÍCULO / TIENDA	Chorizo Zwan Cantimpalo, 1 kg	Jamón Fud, 1 kg Horneado	Jamón Fud, 1 kg Tipo Virginia Económico	Jamón Fud, 1 kg Tipo York Extrafino	Jamón Parma Campestre, 1 kg Pierna Pref.	Jamón Zwan, 1 kg Pierna Extrafino	Mortadela Iberomex, 1 kg
Embutidos(14 productos comparados)							
B. Aurr.	34.91	43.35	38.99	80.79	40.48	65.60	18.86
B. C. Mex.	35.88	42.77	39.21	83.45	40.64	59.61	18.99
B. Gig.	37.90	47.00	43.00	90.50	42.90	72.90	21.00
Aurr.	41.11	48.73	44.41	88.93	48.50	73.47	21.80
Carrefour	40.81	44.57	41.82	84.03	43.60	75.20	18.10
Chedraui	34.85	43.40	39.90	63.05	40.45	65.60	19.40
C. Mex.	39.10	47.37	43.71	91.88	47.38	60.08	21.62
De Todo	40.85	42.45	40.08	84.58	46.85	59.90	18.58
Gigante	40.90	47.71	42.32	86.66	46.19	72.29	21.64
K-Mart	41.70	39.00	36.00	76.00	49.00	63.00	23.50
Sumesa	41.26	48.78	44.18	94.50	46.59	64.59	21.80
Superama	41.70	52.05	47.80	98.95	48.32	72.83	23.25
Super G	40.90	46.25	40.70	81.75	46.90	75.50	21.90
Wal-Mart	41.70	34.50	32.73	64.41	48.45	78.60	18.33
IMSS	34.03	46.99	42.27	84.66	38.77	66.74	19.06
ISSSTE	34.10	32.99	35.21	61.98	35.88	60.17	19.18
UNAM	37.70	46.60	42.70	74.45	43.40	71.10	19.95

Fuente:PROFECO, elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?

En un análisis más detallado se pudo observar que en el grupo de embutidos usted podría haber ahorrado más de $ 19.00 al comprar un kilo de jamón Fud horneado, ya que en la cadena de tiendas ISSSTE costaba en promedio $ 32.99, mientras que en Superama estaba por arriba de $ 50.00. En el caso de que comprara un kilo de jamón Fud, tipo York extrafino, el ahorro que usted obtendría iría desde $ 1.07 hasta $ 36.97 al hacer su compra en las tiendas del ISSSTE (véase Cuadro 2).

Para el caso de la carne, una buena decisión podría proporcionarle un ahorro hasta de $ 18.75 al comprar un kilo de filete de res, pues en las tiendas del IMSS lo ofrecieron en $ 49.40, en tanto que en los establecimientos restantes se comercializó entre $ 50.93 y $ 68.15. Más aún, si de chuleta de res se trata, usted encontraría que en Super G un kilo costaba $ 26.90; en contraparte, el precio observado en las demás cadenas comerciales osciló entre $ 29.60 y $ 35.89, lo cual representa una diferencia de hasta $ 8.99 por kilo (véase Cuadro 3).

Mortadela Zwan, 1 kg Tipo Bologna	Queso de Puerco Fud 1 kg	Salchicha Fud, 1 kg Coctel	Salchicha Fud, 1 kg Hot Dog	Salchicha Iberomex, 1 kg Hot Dog	Salchicha San Rafael, 1 kg Viena	Salchicha Zwan, 1 kg Coctel	Valor de los productos	Tienda más barata = 100
Embutidos(14 productos comparados)								
21.30	24.35	26.13	24.08	20.50	25.77	24.56	489.7	117.7
21.05	25.07	26.13	22.70	19.61	24.66	25.12	484.9	116.5
23.30	27.50	28.44	27.50	22.00	28.00	27.18	539.1	129.6
24.96	28.05	29.46	28.15	22.68	28.88	29.45	558.6	134.3
24.83	26.63	27.57	28.00	21.47	25.65	27.60	529.9	127.4
21.20	19.95	26.20	25.05	23.85	26.50	24.60	474.0	113.9
23.79	27.27	29.00	22.28	22.44	28.76	27.61	532.3	127.9
24.45	25.55	27.10	25.18	23.28	23.55	28.35	510.8	122.8
24.50	27.76	28.82	26.93	21.85	30.67	29.20	547.4	131.6
25.30	29.90	31.50	30.00	24.50	23.50	29.50	522.4	125.6
25.00	28.10	29.09	28.10	22.90	29.00	29.10	553.0	132.9
25.30	29.34	31.45	30.01	24.45	30.90	29.45	585.8	140.8
24.50	23.95	27.95	25.95	20.50	30.90	28.90	536.6	129.0
25.30	22.98	24.20	20.73	18.06	22.16	29.40	481.6	115.7
24.20	25.40	27.07	26.66	22.02	26.94	26.87	511.7	123.0
20.95	20.60	21.25	16.58	15.38	17.86	23.92	416.1	100.0
22.90	24.25	27.70	26.00	22.70	23.15	26.62	509.2	122.4

Cuadro 3 Comparativo de precios de carne entre cadenas comerciales (31 de enero al 7 de febrero de 1997)

ARTÍCULO / TIENDA	Bistec de espaldilla de res, 1 kg	Chuleta de res, 1 kg	Falda de res, 1 kg	Filete de res, 1 kg	Hígado de res, 1 kg	Retazo c/hueso de res, 1 kg	Valor de los productos	Tienda más barata = 100
Carnes (6 productos comparados)								
B. Aurr.	31.90	33.63	31.08	64.40	12.98	16.83	190.8	108.1
B. C. Mex.	30.90	30.63	31.26	65.90	13.25	16.94	188.9	107.0
B. Gig.	32.65	35.89	32.50	62.01	13.50	16.50	193.1	109.4
Aurr.	32.74	34.50	32.90	65.53	13.77	18.14	197.6	112.0
Carrefour	26.80	30.85	30.20	62.90	14.90	16.40	182.1	103.2
Chedraui	30.59	29.60	31.20	63.28	13.26	15.74	183.7	104.1
C. Mex.	31.17	30.58	31.41	65.73	13.19	17.21	189.3	107.3
De Todo	30.85	33.40	31.70	62.38	13.10	16.50	187.9	106.5
Gigante	33.90	34.19	32.53	62.90	13.53	16.36	193.4	109.6
K-Mart	30.90	34.90	33.90	67.90	14.90	17.50	200.0	113.3
Sumesa	31.08	33.90	31.49	65.90	13.43	17.22	193.0	109.4
Superama	33.35	35.50	32.90	68.15	13.90	18.39	202.2	114.6
Super G	33.90	26.90	32.50	62.90	13.50	15.90	185.6	105.2
Wal-Mart	30.40	32.50	30.50	60.90	12.10	16.40	182.8	103.6
IMSS	32.40	31.90	32.90	49.40	14.45	15.40	176.5	100.0
ISSSTE	30.51	32.91	32.93	50.93	16.97	18.59	182.8	103.6
UNAM	30.77	33.90	30.50	63.00	13.90	15.90	188.0	106.5

Fuente: PROFECO, elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?

Para apoyar sus decisiones de compra le sugerimos que compare precios con la finalidad de que obtenga un mayor ahorro. Además, para obtener información adicional lo invitamos a comunicarse a los teléfonos del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14, donde con gusto le atenderán.

precios de pescados y mariscos

La Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), por medio del programa ¿Quién es quién en los precios?, realizó un monitoreo de precios de diversas variedades de pescados y mariscos que son de amplia demanda durante la Cuaresma. Los precios fueron levantados del 3 al 7 de febrero del presente año en tiendas de autoservicio, mercados públicos y la «Nueva Viga», que se ubica en la Central de Abastos de Iztapalapa.

Las variedades más caras y más baratas

De las 52 variedades de las cuales se recabó información se encontró que las más baratas fueron: la lisa, la lisa del golfo entera, el filete de calamar, la carpa, el jurel chico y grande, la lebrancha, la almeja campeche, la gurrubata y la mojarra tilapia, observándose precios más bajos en pescados que en mariscos; mientras que las especies más caras son los crustáceos, como la langosta (de California y cocida), el camarón (U/12, U/15, 16/20 y pacotilla), la angula, el callo de hacha y el langostino, así como el filete de huachinango.

Diferencias de precios por tipo de pescados entre cadenas comerciales

Cabe destacar que el mismo tipo de pescado el precio difiere considerablemente de una cadena comercial a otra, especialmente en los siguientes casos:

- El pampanillo se comercializó a un precio de $ 19.90 en Wal-Mart y de $ 39.45 en Comercial Mexicana, es decir, presentó una diferencia de $ 19.55 (98.24%).
- El pez lenguado en filete tuvo una diferencia de $ 43.24 (90.73%), entre el precio de $ 47.66 de Comercial Mexicana y de $ 90.90 de Superama.
- Otros tipos de pescado que muestran diferencias de costo considerables son: la carpa (83.36%), la lisa (81.67%) y el filete de huachinango del golfo (81.49%), entre otros (véase Cuadro 1).

Por lo tanto, le recomendamos que antes de comprar compare precios en distintos establecimientos para no pagar precios altos que dañen su economía, dicha tarea se facilita al contar con la ayuda del programa ¿Quién es quién en los precios? que usted tiene a su disposición en los teléfonos del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.

Cuadro 1

Tipos de pescado que presentan mayor diferencia de precios entre cadenas

	Precio		Diferencia	
	Mínimo Tienda	Máximo Tienda	Pesos	%
Pampanillo	$19.90 Wal-Mart	$39.45 Comercial Mexicana	19.55	98.24
Pez lenguado, filete	$47.66 Comercial Mexicana	$90.90 Superama	43.24	90.73
Carpa	$6.49 Comercial Mexicana	$11.90 Wal-Mart y Carrefour	5.41	83.36
Lisa	$6.00 Central de Abastos	$10.90 K-Mart	4.90	81.67
Huachinango del golfo, filete	$86.00 Central de Abastos	$156.08 Superama	70.08	81.49
Besugo	$20.90 Chedraui	$37.90 Superama	17.00	81.34
Pez lenguado	$30.00 Comercial Mexicana	$52.90 Aurrera	22.90	76.33
Rubia	$15.90 Bodega Aurrera	$27.90 K-Mart	12.00	75.47
Mojarra tilapia grande	$12.60 Comercial Mexicana	$21.90 Wal-Mart	9.30	73.81
Bagre	$12.54 Comercial Mexicana	$21.50 De Todo	8.96	71.45

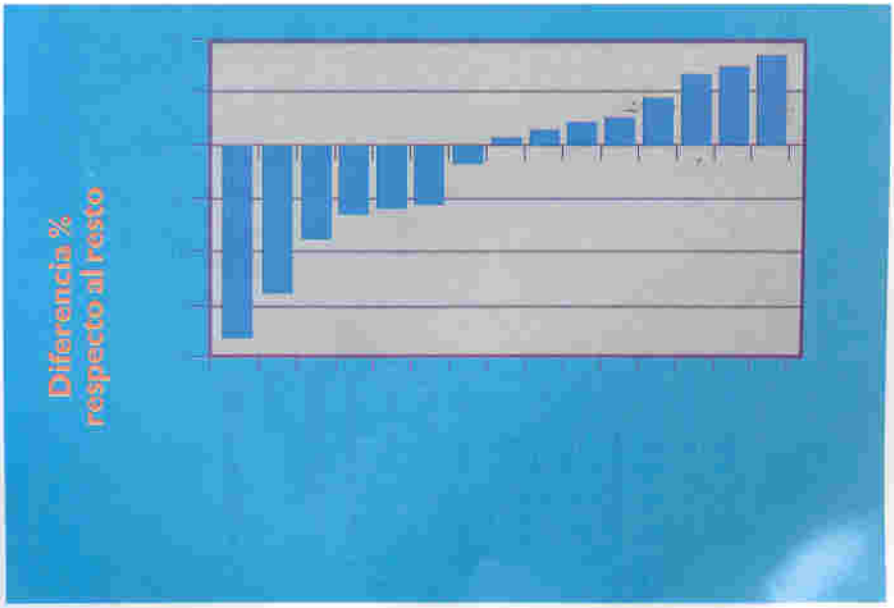
Fuente: Programa ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

Comparativo de precios entre cadenas comerciales

En este caso se llevó a cabo un comparativo de los precios promedio observados en una cadena, contra el precio promedio de los demás establecimientos.

Las cadenas que registraron los precios más altos fueron: K-Mart (9.70%) y De Todo (7.90%). Por el contrario, los precios más bajos se encontraron en la Central de Abastos y las tiendas del ISSSTE con 18.06 y 12.92 por ciento por abajo del resto, respectivamente.

Gráfica A
Comparativo de precios entre cadenas comerciales



Fuente: Programa ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

¿Dónde encontrar la mayor variedad de pescados y mariscos?

La distribución y comercialización de pescados y mariscos en el Distrito Federal se realiza básicamente mediante las tiendas de autoservicio, mercados especializados, como la «Nueva Viga», y en menor medida en mercados públicos.

·Super G ofrece 48 variedades de pescados y mariscos, le siguen Aurrera, Superama y Comercial Mexicana con 47, en esta última cadena de tiendas se observó un buen nivel de precios y registró el mayor número de precios mínimos con 14.

·Por el contrario, el ISSSTE, Chedraui y K-Mart son las cadenas que ofrecen menor variedad; las dos primeras tienen un buen nivel de precios, sin embargo, la última registró los precios más altos de todo el sondeo (véanse Gráfica A y Cuadro 2).

La escasa variedad de pescados y mariscos que ofrecen el ISSSTE y Chedraui, por ejemplo, aunque cuenten con un buen nivel de precios, coloca en mejor posición a establecimientos como Comercial Mexicana, que tiene una mayor variedad a precios accesibles.

El otro extremo es el gran surtido que ofrece Superama, pero a precios más altos.

Cuadro 2
Comercialización de tipos de pescados y mariscos por cadena comercial y a precio mínimo

	Tipos de pescados y mariscos	
Cadena comercial	Registrados	A precio mínimo
Bodega Aurrera	19	1
Aurrera	47	2
Carrefour	26	2
Chedraui	15	2
Comercial Mexicana	47	14
De Todo	25	2
Gigante	43	4
K-Mart	15	0
Superama	47	1
Super G	48	6
Wal-Mart	34	4
ISSSTE	10	3
UNAM	20	1
Mercados públicos	23	2
Central de Abastos	25	13

Fuente: Programa ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

En marzo llega la primavera y también la época en que los comerciantes «tiran la casa por la ventana» para dar a conocer sus «ofertas y promociones de temporada»

Cuidado con las ofertas y las promociones de Primavera

¿Cómo saber si **realmente** se trata de una «oferta» o «promoción»?

Conviene saber que la **Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC)** menciona en su Capítulo IV que los proveedores pueden ofrecer un servicio o un producto diferente al que se contrató o adquirió, gratuitamente, a menor costo o al «2 x 1».

Asimismo se entiende por promoción a las rifas y sorteos de autos, casas y viajes, entre otros, a los que se puede hacer acreedor si compra un determinado producto.

Para que los consumidores sepan que se trata de una oferta o promoción, los proveedores deben informarlo con figuras o frases impresas en las etiquetas, tapas o envases.

¿Cuánto **tiempo** puede durar?

En la publicidad es necesario que se informe el plazo que durará, la fecha límite y el volumen de mercancías ofrecido. Si se omiten los datos mencionados, se entenderá que la promoción u oferta es indefinida hasta que los proveedores notifiquen su fin por los mismos medios en los que fue dada a conocer.

Es preciso aclarar que nunca debe aceptar un producto o servicio que indique ser de «oferta», «barata», «descuento» o «remate» que no sea de calidad similar al original.

¿Los proveedores **requieren autorización** para realizarlas?

No, pero a fin de evitar que se lesionen los intereses de los consumidores, tanto las ofertas como las promociones deberán apegarse a ciertas normas oficiales mexicanas.

La ley también establece que no podrán favorecerse las «baratas», «ofertas», «descuentos», «remates» o cualquier otro término similar, de proveedores determinados.

Mucho ojo, amigo consumidor, en lo que se refiere a las ofertas y las promociones, y recuerde que si desea presentar una queja por incumplimiento contra un mal proveedor, no dude en acudir a la oficina que PROFECO tiene cerca de su domicilio.

¿Y si el proveedor **no cumple** con lo ofrecido?

No se preocupe, de acuerdo con la LFPC usted puede exigir su cumplimiento aceptando un bien o servicio equivalente, o bien, solicitar la cancelación del contrato. Si el proveedor se negara a cualquiera de las opciones anteriores, tendrá que pagarle una indemnización por daños y perjuicios, cantidad que debe fluctuar entre el precio de «oferta» del producto y su precio normal.

Graciela Muñoz

Fuente: Ley Federal de Protección al Consumidor.

Cómo elegir un lápiz labial

Entre la gran diversidad de productos cosméticos que utilizan las mujeres hoy en día, el lápiz labial es el más popular, razón por la cual el mercado está invadido por productos de diferentes marcas, tonalidades, texturas y cualidades.

Se dice que los lápices labiales son la moderna presentación de aquellos brillos que empleaban las mujeres de la antigüedad con el fin de darle a su boca un aspecto fresco y juvenil. La presencia de este artículo es prácticamente obligatoria en la bolsa de mano femenina, en el tocador o en el cajón del escritorio; su versatilidad permite usarlo en cualquier lugar y a toda hora: translúcido para proteger los labios del sol, de tonos suaves durante el día y un poco más oscuros y brillantes para la noche.

¿De qué se componen?

Los lápices labiales son una mezcla de ceras (de abeja, de carnauba, de candelilla), aceites (de ricino, minerales, de lanolina), sustancias colorantes (pigmentos y micas que les confieren un tono en especial) y una pequeña cantidad de polvo (que puede ser talco, sílices, *nylon* o caolín), según el grado de opacidad que el productor desee obtener.

Asimismo contienen antioxidantes para la estabilidad y la conservación, vitaminas y filtros para proteger la piel de los labios de los rayos solares, extractos florales y algunas gotas de aceites esenciales para darles un ligero aroma.

Esta mezcla de componentes se funde a temperaturas que oscilan entre los 80 y los 90 grados centígrados y posteriormente se vacía en moldes en forma de pequeñas barras.

La doctora María Teresa Zambrano, dermatóloga adscrita al Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua», menciona: «Los lápices labiales se elaboran con cera y colorantes probados dermatológicamente, lo cual garantiza que no son perjudiciales para la piel; hay que recordar que el colorante puede producir dermatitis (inflamación cutánea), por eso el tipo de colorantes que emplean las principales firmas de cosméticos es hipoalergénico (no causa alergias) y de excelente calidad.

«A los lápices labiales también se les agregan conservadores para evitar que se echen a perder, puedan desarrollar hongos y bacterias, o produzcan dermatitis por contacto».

Son llamativos... pero ¡tenga cuidado!

Actualmente, en diversos medios de comunicación se promueven unos lápices labiales que se caracterizan por ser de llamativos colores: morado, amarillo, verde y azul, entre otros, los cuales al aplicarse sobre los labios modifican su tonalidad a rojo, rosa o fucsia y prácticamente permanecen «intactos» por horas y horas.

Al respecto, la doctora Zambrano explica: **«Los labiales que cambian de color contienen compuestos vegetales que pueden producir una fito fotodermatosis (inflamación que no sólo afecta a los labios sino a toda la cara), especialmente si la persona se expone al sol y cuando el lápiz labial es de color muy fuerte.**

«El hecho de que estos lápices cambien de color se debe a que están combinados con frutas o vegetales, lo cual es muy dañino pues los vegetales y la piel no se llevan con el sol».

El síntoma característico de una lesión cutánea provocada por dichos productos es la inflamación de los labios, por eso **no es recomendable adquirir lápices labiales de dudosa calidad que prometan una larga duración porque pueden causar serias afecciones.**

Por su parte, reconocidas firmas de cosméticos han lanzado al mercado lá-

pices labiales de máxima duración que incluso se promueven como «a prueba de besos».

Lo que hace posible que estos productos permanezcan más de ocho horas en los labios es una mayor cantidad de polvos en su composición, como óxido de titanio, calamina u óxido de zinc; «sin embargo, aunque permanecen durante casi medio día **producen una fuerte resequedad en los labios**», añade nuestra entrevistada.

Una empresa de cosméticos indica que para no causar daño alguno a los labios de las consumidoras es necesario que el producto terminado pase por diferentes controles de calidad, entre los que destacan:

- Análisis de la materia prima.
- Análisis de la molienda de los pigmentos en aceite (para evitar que el tamaño de la particula de pigmento sea mayor al permitido).
- Análisis del producto semiterminado y terminado.

En lo que se refiere a los pigmentos y las micas que se utilizan en la fabricación de los lápices labiales, éstos tienen que someterse a pruebas de calidad de la Secretaría de Salud y de la *Food and Drug Administration* (FDA) de Estados Unidos.

Tonalidades infinitas

Aunque en el mercado se comercializan múltiples tonos de lápices labiales, en general son cuatro los grupos más utilizados: claros, brillantes, medios y oscuros.

La técnica de elaboración de estos productos ha evolucionado: en la misma medida en que se cuida la perfección de los colores se utilizan ingredientes que no lastimen la piel de los labios y que estén debidamente balanceados, para que el producto final no sea ni demasiado seco ni grasoso.

Además, las principales firmas cuentan con equipos muy sofisticados que controlan las temperaturas del proceso para adicionar perfumes, vitaminas y todas las materias primas que sean susceptibles al calor, y evitar posibles daños al artículo final.

En cuestión de maquillarse los labios cada mujer tiene su propio estilo y preferencias, sin embargo hay algunos consejos infalibles para lucir unos labios radiantes:

- Un buen comienzo es aplicar una fina película de crema hidratante para labios y dejar que se absorba durante dos o tres minutos.
- Si tiene la boca muy desdibujada o los labios finos es preferible utilizar tonos muy naturales para disimular esas desventajas.
- Si usa delineador, éste debe ser del mismo color del lápiz labial.
- Para obtener un color duradero es recomendable que después de aplicar el lápiz labial detenga sobre la boca una hoja de un pañuelo desechable y se aplique polvo translúcido a través de ésta.

- También puede delinear y rellenar los labios con un buen delineador y aplicar encima el lápiz labial, retirando el exceso con un pañuelo desechable: así tendrá los labios bien pintados por más tiempo. Para finalizar debe aplicarse otro labial de un tono ligeramente más suave.

Algunas recomendaciones

La piel de los labios es diferente a la del resto de nuestro cuerpo: es más delgada y frágil, no tiene glándulas sebáceas que la mantengan humectada, ni folículos pilosos que la protejan, por eso es más susceptible a resecarse, así como muy vulnerable a la aparición de líneas de expresión.

Con el fin de que mantenga hidratada y protegida esta delicada área, a continuación le damos algunas sugerencias; tómelas en cuenta antes de adquirir su próximo lápiz labial:

- Asegúrese de elegir lápices labiales que contengan humectantes, filtro solar contra los rayos UVA y UVB (causantes del deterioro cutáneo y del envejecimiento prematuro) y estén probados dermatológicamente; siempre son más confiables los que presentan el listado de ingredientes en el empaque.
- No compre labiales en los tianguis o puestos ambulantes, pues son muy económicos pero también muy dañinos pues generalmente sus ingredientes son de dudosa procedencia.
- Trate de evitar los lápices con perfume, ya que pueden resecar la piel.
- Un lápiz labial caro no siempre es el mejor, lo importante es que el producto enliste sus ingredientes y especifique que está probado dermatológicamente.
- Los lápices labiales deben tener una apariencia atractiva, es decir, superficie lisa, color uniforme, ausencia de defectos tales como agujeros o arenillas. No deben exudar aceites, formar escamas, endurecerse, ablandarse, ni desmoronarse con los cambios de temperatura.
- Si después de utilizar un lápiz labial percibe que los labios se inflaman, se enrojecen o surgen erupciones o «bolitas de agua» (que producen comezón y la aparición de costras) puede tratarse de una dermatitis. Lo recomendable es suspender el uso del cosmético y acudir al dermatólogo.

Vanessa Prieto

Fuentes: -Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua».
-Entrevistas con especialistas de compañías cosméticas.

Si de cepillos dentales se trata...

Con el propósito de orientarlo en la elección y compra de un cepillo dental adecuado a sus necesidades, hemos preparado el presente artículo que esperamos le sea de utilidad para decidirse ante la variedad de marcas y modelos que se ofrecen en el mercado.

La importancia del cepillado

Por principio de cuentas cabe destacar que el 96 por ciento de la población en México padece caries y el 90 por ciento presenta afecciones en las encías debido a que «no existen buenos hábitos de higiene que prevengan las enfermedades dentales», especifica el doctor Alfredo Sakar Allende, presidente de la Comisión de Materiales Dentales de la Asociación Dental Mexicana (ADM).

Por su parte, la doctora Arcelia Meléndez Ocampo, responsable de la Jefatura de Odontología Preventiva y Salud Pública de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Autónoma de México, señala que «la caries dental es una enfermedad que destruye las estructuras de los dientes; su origen es infeccioso y está relacionado con el consumo de azúcar.

«Del mismo modo -continúa nuestra entrevistada-, las encías son susceptibles de sufrir algunas afecciones (denominadas 'periodontales'), que modifican su forma, textura y consistencia, además de hemorragias causadas por la placa dentobacteriana (que consta de agentes microbianos y restos alimenticios) que se adhiere al 'cuello' de los dientes.

«El remedio más efectivo contra dichos males es, sin negar las bondades de otros recursos, el cepillado dental, el cual debe realizarse por lo menos tres veces al día o después de cada comida».

Un cepillo para cada quien

El cepillo es el mejor instrumento para limpiar los dientes, pues permite remover de forma efectiva la placa dentobacteriana y los restos de comida.

El doctor Pablo Lapeluz Valencia, coordinador del Área Profesional de la empresa Oral-B, explica que «al elegir un cepillo dental es fundamental asegurarse de que tenga cerdas suaves, así como puntas pulidas y redondeadas, a fin de que el cepillado no lastime los tejidos blandos -como la encía- ni raye el esmalte de los dientes».

Es recomendable que tanto los adolescentes como los adultos y los ancianos utilicen un cepillo cuya cabeza mida aproximadamente un centímetro y medio, ya que la mayoría de las personas tiene una estructura ósea similar y un instrumento dental de esas dimensiones llega perfectamente a la zona donde se ubican los molares.

«La cabeza del cepillo dental -continúa el doctor Lapeluz- no debe tener aristas ni ser cuadrada o con picos, sino de forma oval, con bordes redondeados-suavizados. Estas cualidades tienen la finalidad de no lastimar los revestimientos de la mucosa, es decir, la parte interior de las mejillas, lo cual podría causar ulceraciones.

«Respecto al mango del cepillo -indica el especialista-, los fabricantes han desarrollado productos de diversos materiales y formas con el objeto de brindarles características anatómicas y antiderrapantes que le faciliten al consumidor su uso».

En opinión del doctor Lapeluz, ambos aspectos son primordiales para obtener un mejor resultado en la técnica del cepillado.

Los cepillos dentales para niños deben tener las características antes descritas, pero su dimensión deberá ser menor.

«Desafortunadamente -finaliza el especialista-, mucha gente cree que entre más grande y duro de cerdas sea el cepillo, la limpieza bucal será más efectiva, sin embargo, lo único que se logra es lastimar las encías y el esmalte de los dientes».

Los bebés y la limpiezabucal

-Si su bebé ha empezado a dentar revise que sus dientes tengan un color blanco parejo; si presentan manchas llévelo al dentista.

-Hasta antes de cumplir dos años de edad, procure limpiarle los dientes con un paño suave o con un cepillo especial para bebés, por lo menos una vez al día.

-Aproximadamente a los dos años de edad la mayoría de los niños ya tiene su dentadura completa, por lo que es necesario cepillársela usando una pequeña cantidad de pasta dental con fluoruro.

-A medida que sus niños crezcan, permítales que se cepillen los dientes para que vayan aprendiendo a hacerlo, pero es conveniente que usted les dosifique la pasta dental; posteriormente cepilleselos de nuevo para que les queden perfectamente limpios.

-Cuando su hijo cumpla siete años fomente en él el hábito de la limpieza bucal tres veces al día.

El cepillado en niños, jóvenes y adultos

La forma más sencilla de mantener los dientes saludables es cepillarlos correctamente. La especialista Arcelia Meléndez nos explica cuál es la técnica adecuada para hacerlo:

-En niños menores de ocho años se recomienda que el cepillado sea con pasta dental fluorada, por lo menos dos veces al día, haciendo un barrido circular y horizontal suave. Es conveniente que los padres supervisen al pequeño, ya que debido a su edad carece de habilidad manual.

-Los adultos requieren de un cepillado más minucioso: para eliminar la placa dentobacteriana que se acumula debajo de la parte libre de la encía que rodea el «cuello» de los dientes -la cual deja un surco de más o menos 1.5 milímetros-, el cepillo debe colocarse formando un ángulo de 45 grados respecto al eje vertical de los dientes, con el fin de que las cerdas del cepillo se introduzcan suavemente; haciendo presión se realiza un movimiento vertical de arriba hacia abajo en los dientes superiores, y de abajo hacia arriba sobre los inferiores. En las muelas, los movimientos se deben hacer en forma circular. Cada sección debe cepillarse por lo menos de diez a 15 veces. Esta técnica se recomienda para personas jóvenes y adultas que no presenten enfermedades en la encía.

-Recuerde que la duración promedio de un cepillo dental es de tres meses; sin embargo es conveniente cambiarlo cuando las cerdas comiencen a verse «floreadas» o desalineadas.

Otros auxiliares en la limpieza bucal

El doctor Sakar indica que además de cepillarse los dientes es recomendable, cuando menos una vez al día, recurrir a alguno de los productos que se comercializan para el aseo bucal.

Pastas fluoradas: actúan reduciendo la solubilidad del esmalte dentario a la acción de los ácidos microbianos; la protección que proporcionan depende de la frecuencia de su uso.

Hilo dental: favorece la eliminación de restos alimenticios y de la placa dentobacteriana o sarro. Se debe deslizar entre los espacios interdentales; en pacientes con espacios muy abiertos se puede utilizar la cinta dental o los conos de goma que algunos cepillos dentales tienen al final del mango.

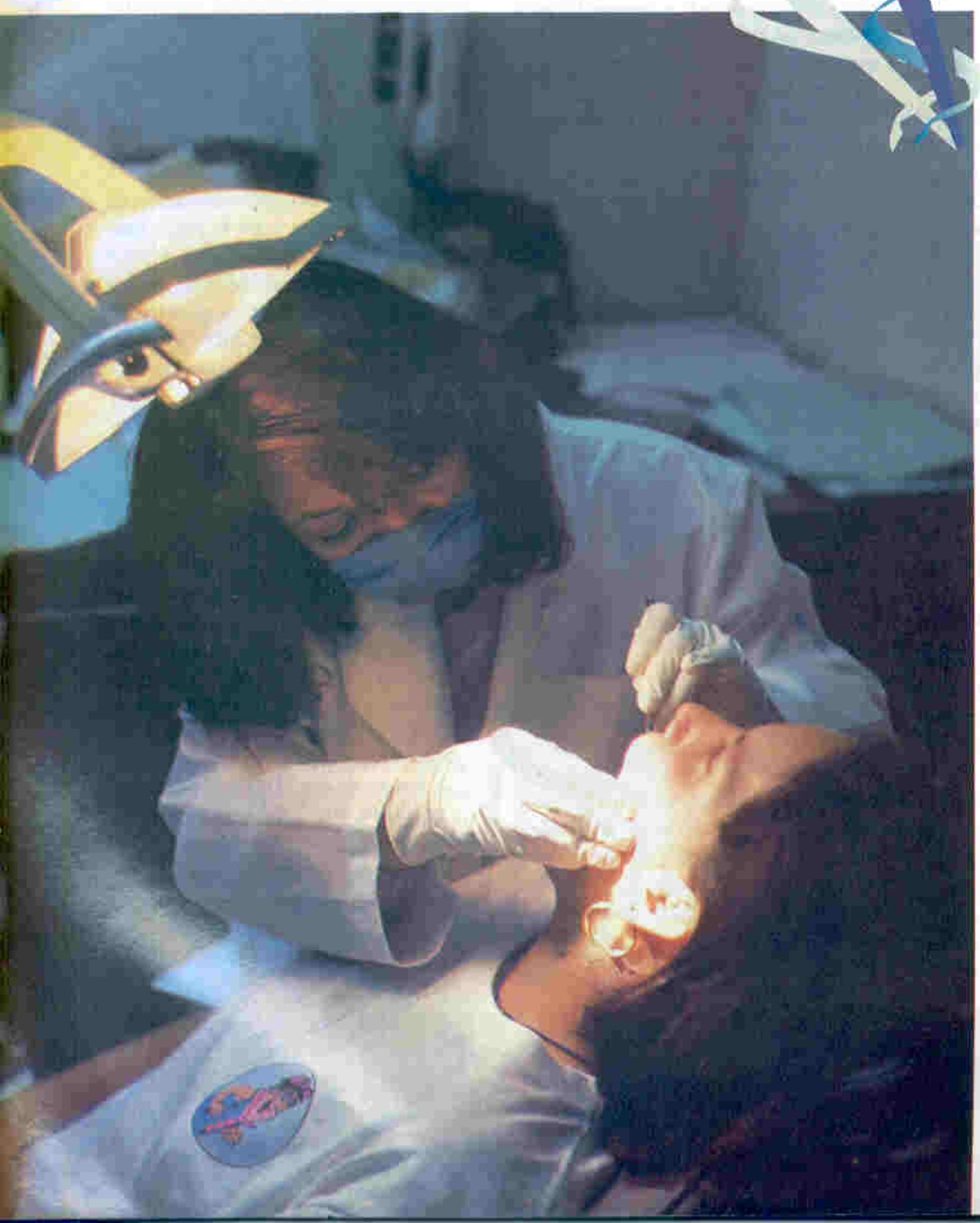
Enjuagues bucales: unos contienen fluoruro, cuya acción previene la caries; en cambio, los que tienen clorhexidina ayudan a remover la placa dentobacteriana, actuan a nivel microbiano e inhiben la presencia de algunos agentes responsables de la caries y de las enfermedades de la encía.

Recuerde que al margen de la rutina de limpieza cotidiana es indispensable que visite al dentista cuando menos cada seis meses.

Graciela Muñoz

Fuentes: -Asociación Dental Mexicana.
-Facultad de Odontología, UNAM.
-Gillette Oral Care, Inc.
-Folleto del National Institute of Dental Research, U. S. Departament of Health and Human Services.

Los derechos de los pacientes



Tomando en consideración la importancia de los derechos que les asisten a los consumidores que hacen uso de los servicios de salud, el 11 y 12 de noviembre de 1996 se realizó en Bled, Eslovenia, un seminario internacional cuyo tema central fue «Los cuidados a la salud en un mundo cambiante: derechos y responsabilidades de los pacientes».

Este acontecimiento forma parte de la campaña por Los derechos de los pacientes, herramientas de acción para consumidores, organizada por *Consumers International*.

Diez derechos de los pacientes

1. Tener acceso a cuidados a la salud apropiados y accesibles.
2. Ausencia de discriminación.
3. Recibir información y educación.
4. Tener libertad de elegir al médico u otro especialista de la salud.
5. Libertad de elegir el centro de salud o institución médica.
6. Obtener información previa para autorizar la aplicación de cualquier tratamiento médico.
7. Participación en sus propios cuidados a la salud.
8. Respeto, privacidad, confidencialidad y dignidad.
9. Derecho a quejarse.
10. Recibir indemnización en caso de daños y perjuicios.

El derecho a los cuidados a la salud establece que es indispensable que los servicios médicos sean adecuados y aceptables; es responsabilidad de los gobiernos asegurar que todos los ciudadanos tengan acceso a dichos servicios y no sean objeto de conductas discriminatorias, ya sea por su sexo, raza, religión, clase social o estrato económico.

El **acceso a la información** es fundamental para que el consumidor participe en el cuidado de su salud, ya que varios estudios realizados por la Organización Mundial de la Salud muestran que los pacientes bien informados responden mejor a los tratamientos y se recuperan rápidamente.

Respecto al derecho de **elección**, los pacientes pueden designar a los especialistas que los atenderán; asimismo, los médicos deben informar detalladamente cuáles son las diferentes opciones en materia de tratamientos, para que acepte el que considere más conveniente.

Los enfermos tienen el derecho de **participar** en las decisiones que se tomen acerca de su salud, así como de evaluar si el tipo, la calidad y las condiciones de los servicios son óptimas.

Todos los pacientes tienen derecho a ser tratados con **cuidado, consideración, respeto, dignidad y sin discriminación de ningún tipo.**

Uno de los principales requisitos para que exista una buena relación entre paciente y médico es la **confidencialidad**. Toda información relacionada con los pacientes, su enfermedad y su tratamiento debe ser confidencial, a menos que el consumidor autorice lo contrario, o bien, si los tratamientos médicos forman parte de un caso legal.

Graciela Muñoz
Fuente: Consumers International

Acciones particulares

Los consumidores del mundo pueden sentar las bases para establecer una carta de derechos de los pacientes.

En esta tarea, las organizaciones de consumidores desempeñan un papel importante.

Algunos países ya están llevando a cabo algunas acciones al respecto, por ejemplo:

En Malasia, después de muchos años, la Federación de Asociaciones de Consumidores de Malasia llegó a la conclusión de que el cuidado a la salud es esencial para todos, y no sólo un privilegio para quienes pueden pagar ese servicio.

En Zimbabwe, el Consejo de Consumo publicó recientemente un estatuto en beneficio de los pacientes y está luchando para que se adopte.

Por otra parte, en los Países Bajos, la organización nacional de consumo Consumentenbond se ha involucrado en un largo proceso para desarrollar una ley por los derechos de los pacientes, la cual entró en vigor en 1995.

Consumentenbond también está negociando un modelo individual de acuerdos con grupos específicos de especialistas de la salud, y estableció un comité de arbitraje que recibirá quejas menores contra los hospitales.

En Eslovenia, la Asociación de Consumidores Eslovena lanzó una campaña para instituir los derechos de los pacientes.

En el caso de la India, la Asociación para la Acción de los Consumidores en Materia de Seguridad y Salud ha establecido talleres de entrenamiento para los trabajadores y especialistas de la salud, así como para los organismos no gubernamentales, en lo que se refiere a los derechos de los pacientes.

En Cuaresma cómo comprar y aprovechar **pescados y mariscos**

Es bueno saber que México cuenta con el 90 por ciento de las variedades marinas que existen en todo el mundo, y por lo tanto la diversidad de pescados y mariscos que podemos adquirir en el mercado es enorme, lo cual resulta muy conveniente para esta temporada de Cuaresma.

Cómo aprovechar mejor las variedades marinas

Cuando compre pescado no olvide que las especies baratas son tan nutritivas y sabrosas como las caras.
Procure incluir este producto en sus platillos, no solamente durante la Cuaresma, sino todo el año, a fin de enriquecer la dieta familiar y hacerla más saludable.
En seguida le ofrecemos algunas sugerencias de preparación del pescado según su variedad y tipo de corte.

variedad	corte	uso
Atún, bagre bandera, baqueta, cintilla, cojinuda, conejo, cherna, chopa, jolote, jurel, lebrancha, lisa, lucero, mantarraya, marlín o pez vela, sierra, tambor -conocido también como gurrubata, berrugata, tundas o croca-, tiburón y trucha.	Pulpa, filete y tiras.	Para empanizar, freír, hornear, o guisar al mojo de ajo.
Berrugata, carpa, cintilla, jaiba, lisa, peto, sierra, tilapia y trucha.	Para desmenuzar: entero, en trozos o en rebanadas.	Para hacer albóndigas, hamburguesas, ensaladas y tostadas; como relleno de chiles, tamales y peneques.
Bagre, baqueta, cojinuda, cuatete, jurel, lebrancha, lisa, lobina, lucero, mojarra, pámpano, sierra y trucha.	Entero, en trozos o en rebanadas.	Para asar, freír, hornear, a las brasas, al vapor, gratinar, preparado en conserva, escabeche o en aceite.
Todas las especies	Cabeza y retazos.	Para caldos y pucheros.
Todas las especies de pescados y mariscos, como ostión, jaiba, almeja, caracol o «pata de mula».	Enteros y en trozos.	Para asar, freír, a las brasas, al vapor o gratinar.

¿Qué debe verificar **antes de elegir** el pescado?

Para comprobar que se trata de un producto fresco y en buen estado observe que:

- El pescado tenga los ojos brillantes.
- Si lo oprime con los dedos no deben quedar marcas en el cuerpo: la carne debe ser elástica y firme.
- Las agallas tienen que ser rojizas o rosadas.
- Las escamas deben ser brillantes y estar bien adheridas a la piel.

Si compra el pescado en el mercado o el tianguis vigile lo siguiente:

- El producto debe venderse entero y limpio (sin vísceras).
- Debe estar protegido del polvo dentro de una vitrina.
- Es necesario que el pescado se mantenga a una temperatura baja (con hielo).

Si lo adquiere en la tienda de autoservicio asegúrese de que:

- Los exhibidores o vitrinas tengan cápsulas de cristal.
- Los pescados enteros estén separados unos de otros y sin vísceras.
- Las rebanadas, filetes y retazos (cabeza, conchas, colas, espinazo, etcétera) deben ofrecerse por separado, en charolas de plástico con hielo.
- Si adquiere pescado en conserva, como el atún y la sardina, cuide que la lata no esté abollada, abombada u oxidada.
- Si está congelado, el paquete debe estar herméticamente cerrado y no gotear.

Graciela Muñoz

Fuente: Unidad de Alimentación y Nutrición, Coordinación de Educación para el Consumo, PROFECO.

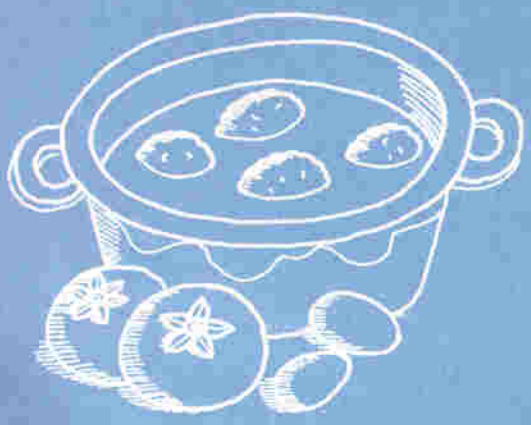
recetas

Albóndigas de pescado

(6 personas)

Ingredientes

1 kg de pescado (cintilla, atún, berrugata, lisa, carpa, cojinuda, verdillo o angelito)
1/2 taza de pan molido
1/2 taza de harina
1 huevo
4 jitomates medianos
1 diente de ajo picado
1 trozo de cebolla entero y otro picado
1 lata pequeña de chiles chipotles (opcional)
sal al gusto



Preparación:

1. El pescado se limpia, se enjuaga y se cuece durante cinco minutos con un trozo de cebolla y hierbas de olor.

2. En una cacerola se revuelve el pescado desmenuzado con pan molido, harina, huevo y sal al gusto. Con la mezcla anterior se forman las albóndigas.

3. Se muelen los jitomates y el trozo de cebolla entero. Aparte se frien los ajos y la cebolla picada, luego se vacía el jitomate molido, el chile chipotle y sal al gusto, dejando que el caldillo se sazone a fuego medio hasta que hierva.

4. Se agregan las albóndigas al caldillo y un poco de agua (hasta que adquiera la consistencia de su agrado). Se dejan hervir a fuego medio hasta que se cuezan.

Minilla de pescado

(6 personas)

Ingredientes

1 kg de jurel
1 cebolla*
3 jitomates*
1 ajo*
5 aceitunas* (opcional)
2 huevos
1 lata pequeña de chiles cuaresmeños
sal al gusto y hierbas de olor

*Estos ingredientes deben picarse finamente.

Preparación:

1. El pescado se limpia, se lava y se cuece durante 15 minutos en agua hirviendo (procurando que quede totalmente sumergido) a la que previamente habrá agregado un trozo de cebolla y hierbas de olor; se deja enfriar y se desmenuza.
2. Aparte se fríen la cebolla, el diente de ajo y las hierbas de olor; se incorpora el jitomate, la sal y la mezcla se deja sazonar hasta que hierva.
3. Se agregan el pescado, los chiles cuaresmeños con su vinagre y las aceitunas (opcional) y se deja cocer durante unos minutos más.
4. Cuando el guiso esté hirviendo se añaden los huevos, mezclando continuamente.
5. Puede acompañar este platillo con galletas saladas o tortillas calientes.
Es importante recordarle que el pescado debe cocerse perfectamente bien.

Tostadas de pescado

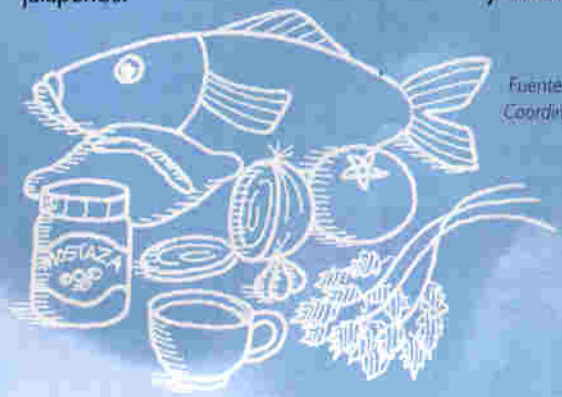
(6 personas)

Ingredientes

1 kg de pescado entero o en trozos (verdillo, cintilla, lisa, jorobado, berrugata o mantarraya)
20 tortillas o tostadas
1 lechuga limpia y picada
1 aguacate
1/2 cebolla picada
1 trozo de cebolla
1/2 taza de frijoles refritos
100 g de queso añejo
3 cucharaditas de aceite
chiles jalapeños en escabeche
hierbas de olor
sal al gusto

Preparación:

1. El pescado se limpia, se enjuaga y se pone a cocer durante 15 minutos en un recipiente con agua hirviendo (procurando que el agua lo cubra), un trozo de cebolla y hierbas de olor. Una vez cocido se deja enfriar y se desmenuza con todo y piel; en caso de que tenga espinas se le quitan con cuidado.
2. En una sartén se acitrona la cebolla, enseguida se agrega el pescado y sal al gusto. Se deja a fuego lento hasta que se sazone.
3. A las tostadas se les unta una capa de frijoles, después se les añade el pescado guisado, la lechuga, y finalmente se les espolvorea queso añejo. Se adornan con rebanadas de aguacate y chiles jalapeños.



Pescado al perejil

(4 personas)

Ingredientes

4 pescados enteros limpios (rubia, mojarra, carpa, sierra o verdillo)
2 tazas de leche
1 manojo chico de perejil (sin tallo y desinfectado)
1/2 cebolla
1 diente de ajo
1 bolillo
2 jitomates (opcional)
1/2 cucharadita de mostaza (opcional)
aceite, el necesario
sal y pimienta al gusto

Preparación:

1. En una sartén con aceite caliente se fríen ligeramente los pescados por ambos lados, se escurren y se colocan en un refractario.
2. El bolillo se remoja en la leche hasta que se ablande, después se muele con la leche, el perejil (separe algunas hojitas para el adorno final), la cebolla, el ajo, la sal y la pimienta.
3. Los pescados se bañan con la mezcla anterior y se hornean a 180° C durante 20 minutos.
4. Si lo desea puede adornar cada pescado con medias lunas delgadas de jitomate que formen los pétalos de una flor, hojitas de perejil para hacer el tallo y mostaza para el centro de la misma.

Fuente: Unidad de Alimentación y Nutrición, Coordinación de Educación para el Consumo, PROFECO.

¿Qué tan «BIODEGRADABLES» son los detergentes?

Uno de los artículos que se ha vuelto indispensable para efectuar la limpieza de trastes, ropa, pisos y baños es el detergente, mismo que se comercializa en diferentes marcas y presentaciones; de un tiempo a la fecha han surgido algunos que se promueven como «biodegradables», pero sus características y bondades aún parecen estar en entredicho.

Con la finalidad de informarle qué tan «biodegradables» son estos detergentes y en qué medida reducen los daños al ambiente, la **Revista del Consumidor** decidió interrogar a los especialistas en la materia para saber qué hay detrás de este tema, ¿nos acompaña?

Los detergentes biodegradables en México

«A finales de los años setenta -menciona Vicente López Mercado, maestro en Ciencias y profesor adjunto del Departamento de Biotecnología y Bioingeniería del Centro de Investigación y Estudios Avanzados (Cinvestav), del Instituto Politécnico Nacional (IPN)-, en los países desarrollados ya se usaban detergentes biodegradables, pero en México fue hasta 1989 cuando se trató de establecer la metodología para determinar los requisitos que debía cumplir un detergente de este tipo.

«Por su parte, la introducción de los detergentes biodegradables al mercado mexicano fue paulatina, por eso hoy es cuestionable la autenticidad de dichos productos, mientras esto no se demuestre con una prueba internacionalmente aceptada, pues **un verdadero detergente biodegradable se debe degradar al menos en un 90 por ciento**».

La profesora e investigadora Esmirna Betanzo Velasco, miembro de la Academia de Ingeniería Sanitaria del Instituto Politécnico Nacional (IPN), indica que diversas investigaciones realizadas por la institución educativa en la que labora demuestran que **los detergentes biodegradables poseen cierto efecto tóxico que afecta a peces, moluscos y crustáceos,** pero dicha toxicidad es de corta duración comparada con la de los detergentes no biodegradables.

Además, el término «biodegradabilidad» es muy relativo, ya que de acuerdo con la maestra en Ciencias Imelda Velázquez Montes, encargada del Centro de Información Química de la Facultad de Química de la UNAM, «uno de los factores que determinan la biodegradabilidad de los detergentes es el tipo de bacterias con las cuales están en contacto, lo que da por resultado una degradación completa o parcial».

Otro problema

Nuestros entrevistados coinciden en señalar que la **presencia de fosfatos** (proporción que asciende hasta 30 por ciento en los detergentes normales y biodegradables) es necesaria para que el producto cumpla con su función limpiadora, pero en términos de contaminación, al entrar en contacto con el agua «eutrofican» los ríos y los lagos -es decir, los sobrealimentan- en los que son vertidos.

La investigadora Imelda Velázquez indica que «el proceso de eutroficación

"Uno de los factores que determinan la biodegradabilidad de los detergentes es el tipo de bacterias con las cuales están en contacto, lo que da por resultado una degradación completa o parcial"

Una espumosa historia

En un periodo que se inició 3 mil años antes de Cristo y finalizó en los años veinte de nuestro siglo, el principal producto de limpieza fue el jabón. A principios del siglo XX, cuando se empezó a explotar el petróleo en forma intensiva y se desarrolló la petroquímica, entre los muchos subproductos de ese combustible estaban los tetrapropilenos, los cuales al unirse tenían un efecto limpiador mucho más eficiente que los jabones. Así, entre 1947 y 1948 surgieron los detergentes de tipo sintético -denominados químicamente Alquil Bencen Sulfonatos (ABS)-, que además eran muy baratos.

Estos productos se empezaron a utilizar masivamente en países desarrollados como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania y Francia, entre otros. A México llegaron en los años sesenta, pero fue hasta finales de los setenta cuando se detectaron problemas de formación de espuma en la superficie de ríos, lagos y presas, y quedó de manifiesto que ello dificultaba la adecuada transportación de oxígeno a los seres vivos que habitan en estos ecosistemas. Cuando se investigó la causa, se dedujo que eran los detergentes, mismos que estaban formados químicamente por cadenas ramificadas que no se degradaban tan rápido como se hubiera deseado.

La solución fue proponer la producción de otro tipo de detergente que se degradara más rápido; así surgieron los Alquil Bencen Sulfonatos Lineales (LAS, de cadena lineal), mejor conocidos como detergentes biodegradables, cuyas bondades en materia de protección al ambiente aún parecen estar perfeccionándose.

Fuente: Entrevista con el profesor Vicente López Mercado, del Departamento de Biotecnología y Bioingeniería del Centro de Investigación y Estudios Avanzados (Cinvestav), IPN.

se acelera, provocando la proliferación del lirio y otras malezas acuáticas indeseables, las cuales además de consumir el oxígeno del agua, disminuyen la penetración de la luz solar y aumentan la evaporación, lo que a largo plazo causa que se seque el cuerpo de agua».

«Es lamentable mencionarlo -apunta el profesor López Mercado-, pero la eutroficación en México es un problema severo porque ya no tenemos cuerpos de agua con bajos niveles en nutrientes (que son los adecuados) y evolutivamente están condenados a secarse tarde o temprano, como es el caso de los lagos que se encuentran entre Guanajuato y Michoacán».

Un esfuerzo conjunto

Iniciando la tarea de mejoramiento del ambiente en lo que se refiere a detergentes, la **Asociación de Fabricantes de Aceites, Grasas, Jabones y Detergentes de la República Mexicana, A. C.** firmó un **Convenio de Autorregulación Ambiental**, el pasado 13 de diciembre de 1995, en el que todos los fabricantes de detergentes en polvo del país, tales como las empresas **Colgate, Palmolive, Detergentes y Jabones Sasil, Fábrica de Jabones «La Corona», Procter & Gamble de México, Sánchez y Martín**, y **Unión Aquímica**, adoptaron voluntariamente distintas medidas que mitigan el deterioro ambiental en México. Dicho convenio también fue firmado por la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (Semarnap), el Instituto Nacional de Ecología, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi) y la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex).

La importancia de este convenio reside en que el grupo de industriales del ramo adoptan **métodos de producción más limpios, reducen emisiones mediante dispositivos de control con tecnología de punta, utilizan materias primas que implican menos contaminación y se apegan en forma voluntaria a las normas internacionales para la evaluación de la biodegradabilidad.**

Así mismo, la fabricación de detergentes en polvo con activo de rápida biodegradación ha sido un paso trascendental en nuestro país en lo que respecta a la protección de los ecosistemas.

La Asociación mencionada anteriormente asegura que los detergentes en polvo producidos en México cumplen con los más altos estándares de calidad

Clasificación de los detergentes

Los detergentes se clasifican según la forma en que se disocian en el agua más que por su composición química. Estos productos pueden ser de tres tipos:

Detergentes aniónicos: contienen un compuesto con carga negativa, que es el encargado de desprender la mugre. Los más comunes son el sulfonato de alquil benceno (ABS) y el sulfonato de alquil lineal (LAS); los primeros son los que más se comercializan en el mercado, los segundos son aquellos que se conocen como «biodegradables».

Detergentes catiónicos: se usan para fines sanitarios debido a sus propiedades desinfectantes.

Detergentes no iónicos: son compuestos que tienen poca tendencia a formar espuma cuando se combinan con otras sustancias.

En la actualidad se producen 75 por ciento de detergentes aniónicos, 20 por ciento de no iónicos y 5 por ciento de catiónicos.

Fuente: Academia de Ingeniería Sanitaria de la Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura (IPN).

La Asociación de Fabricantes de Aceites, Grasas, Jabones y Detergentes de la República Méxicana, A. C. asegura que los detergentes en polvo producidos en México cumplen con los más altos estándares de calidad nacional e internacional, por esa razón se exportan con éxito a diversos países

nacional e internacional, por esa razón hoy se exportan con éxito a diversos países.

Entre los primeros resultados alentadores de las acciones que se han llevado a cabo figuran:

-La sustitución de diferentes ingredientes, lo que hace posible que la fabricación de detergentes sea un proceso más limpio; asimismo se ha puesto en práctica la eliminación de emisiones de compuestos orgánicos en el proceso de secado. Estas modificaciones se cumplieron en un cien por ciento.

-Se ha registrado una disminución del orden del 30 por ciento por debajo de los límites establecidos por diferentes NOM en cuanto a la emisión de partículas contaminantes en las torres de secado de detergente.

-El efecto de estas medidas se observa en el mejoramiento de la calidad del aire. Estas metas se cumplieron en un cien por ciento.

Por último, **se estableció un nuevo método para medir la biodegradabilidad del ingrediente activo de los detergentes** cuyo efecto inmediato fue un incremento de 80 por ciento en la calidad de las aguas nacionales.

Éstos son sólo los primeros resultados de un enorme reto; aún falta mucho por corregir para proteger el entorno y nuestra propia salud.

Un uso racional

En la medida de lo posible usted, amigo consumidor, también puede ayudar a prevenir la formación de espuma y evitar la eutroficación de ríos, lagos y presas utilizando con moderación los detergentes en general y eligiendo aquellos que sean biodegradables. Para ello enseguida le damos algunas sugerencias:

-Para asegurarse de que el detergente que va a comprar realmente es biodegradable revise la etiqueta y busque entre los componentes el nombre genérico «Alquil aril sulfonato de sodio» con la especificación de que es **lineal** (característica indispensable de un detergente biodegradable), pues si es **ramificado** se trata de un detergente común.

-En cualquier caso, **lo mejor es utilizar una cantidad pequeña de detergente**; muchas personas creen que entre más espuma se produzca, el efecto limpiador será mayor, pero eso es un error. **Estos productos incluyen instrucciones de uso: sígalas al pie de la letra.**

-En el lavado de ropa prefiera los jabones de pasta, ya que son menos contaminantes.

-Para ayudar a disminuir la contaminación causada por los fosfatos le recomendamos usar los detergentes líquidos, que se distinguen por su bajo contenido de estas sustancias; la desventaja es que su precio es mayor.

En nuestras manos se encuentra una parte de la solución al problema de la contaminación: limpiemos nuestra conciencia ecológica y evitemos que el ambiente se consuma por nuestra culpa, ¿no lo cree?

Graciela Muñoz

Fuentes:
-Centro de Investigación y Estudios Avanzados (Cinvestav), IPN.
-Centro de Información Química, Facultad de Química, UNAM.
-Academia de Ingeniería Sanitaria,
-Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura, IPN.
-Asociación de Fabricantes de Aceites, Grasas, Jabones y Detergentes de la República Mexicana, A. C.

Los aditivos de un detergente

Los detergentes contienen entre un 20 y un 30 por ciento de una sustancia activa llamada surfactante o agente tensoactivo, y de un 70 a un 80 por ciento de aditivos que diversifican las propiedades de estos productos. Entre los más comunes están:

Fosfatos: su función es mejorar la efectividad del lavado.

Abrillantadores: hacen posible que la ropa se vea más blanca a la luz del sol.

Controladores de espuma, antioxidantes y anticorrosivos: evitan que la lavadora se deteriore u oxide a causa del exceso de espuma.

Ablandadores de agua: eliminan la dureza del agua.

Antidepositantes: evitan que la suciedad se vuelva a adherir a la ropa.

Colorantes, fragancias, agentes suavizantes y blanqueadores: sustancias que se añaden al detergente para hacer más atractiva su presentación.

Enzimas: ayudan a quitar las manchas más persistentes en la ropa; los detergentes con enzimas también se denominan «de acción biológica», pero ello no significa que sean biodegradables.

Fuentes: -Centro de Información Química, Facultad de Química, UNAM.
-Academia de Ingeniería Sanitaria, Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura, IPN.

La REVISTA DEL

¡CONSUMIDOR quiere mejorar!

Porque usted es nuestro mejor reportero, nos interesa saber qué opina sobre la información que mensualmente elaboramos y qué temas le gustaría que incluyéramos en las siguientes ediciones. ¡Participe con nosotros para mejorar ésta su ***Revista del Consumidor****!*

De antemano agradecemos su colaboración y tomaremos en cuenta sus comentarios y sugerencias.

Esperamos su respuesta en José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, al A.P. 20600, o bien, vía fax al 553-05-74

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo lee la Revista del Consumidor?
- ❑ Menos de un año
- ❑ De 1 a 3 años
- ❑ De 3 a 5 años
- ❑ Más de 5 años

2.- ¿Cuántas Revistas del Consumidor acostumbra leer al año?
- ❑ Todas (12 revistas)
- ❑ La mayoría (7 a 11 revistas)
- ❑ Algunas (2 a 6 revistas)

3.- De la Revista del Consumidor usted lee...
- ❑ Todo
- ❑ Sólo una parte
- ❑ Únicamente la hojea

4.- Además de usted, ¿cuántas personas leen la revista?
- ❑ Una
- ❑ Dos
- ❑ Tres
- ❑ Cuatro
- ❑ Cinco o más

5.- ¿Quiénes?
- ❑ Adultos
- ❑ Ancianos
- ❑ Niños

6.- Si usted es suscriptor de nuestra revista, ¿le llega a tiempo la publicación?
- ❑ Sí (pase a la pregunta 7)
- ❑ No (pase al recuadro)

Por favor anote sus datos de suscripción para ponernos en contacto con usted.

Nombre: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Num. suscripción: _____

7.- Sea usted suscriptor o no, ¿piensa seguirla comprando?
- ❑ Sí
- ❑ No

¿Por qué? _____

8.- En su opinión, el tamaño de los artículos es:
- ❑ Muy breve
- ❑ Adecuado
- ❑ Extenso

9.- El lenguaje de los artículos es:
- ❑ Rebuscado
- ❑ Técnico
- ❑ Claro
- ❑ Aburrido

10.- ¿Existe algo que le desagrade de la revista?
- ❑ Sí
- ❑ No

¿Qué es? _____

11.- ¿Cómo considera el precio de la revista?
- ❑ Alto
- ❑ Justo/Adecuado
- ❑ Bajo

12.- Del 1 al 10 califique cada uno de los siguientes aspectos de la revista (siendo el 10 equivalente a «excelente»). En caso de que la calificación sea menor a 7 por favor explique por qué:

Portada ( ) ¿por qué? _____

Papel ( ) ¿por qué? _____

Tipo de impresión ( ) ¿por qué? _____

Presentación de textos ( ) ¿por qué? _____

Gráficas ( ) ¿por qué? _____

Fotografías ( ) ¿por qué? _____

Ilustraciones ( ) ¿por qué? _____

Veracidad de la información ( ) ¿por qué? _____

Utilidad de la información ( ) ¿por qué? _____

13.- Las tablas en las que se presentan los resultados de los estudios de calidad son:
- ❑ Claras
- ❑ Difíciles de leer
- ❑ Inútiles
- ❑ Prácticas

Otros _____

14.- Particularmente en el caso de los estudios de calidad, ¿qué recomendaciones nos daría para mejorar?

15.- ¿Qué productos le gustaría que analizáramos en nuestro laboratorio?

16.- ¿Qué secciones de la Revista del Consumidor le gustan y/o disgustan?

Temática	Gusta	Disgusta
Quién es quién en los precios ¿por qué?	❑	❑
La lista negra de las empresas ¿por qué?	❑	❑
Orientación derechos del consumidor ¿por qué?	❑	❑
Estudios de calidad de productos y servicios ¿por qué?	❑	❑
Aspectos de nutrición y alimentación ¿por qué?	❑	❑
Orientación sobre salud ¿por qué?	❑	❑
Aspectos de ecología ¿por qué?	❑	❑
Cómo comprar y contratar ¿por qué?	❑	❑
Hábitos de consumo ¿por qué?	❑	❑
Los pequeños consumidores ¿por qué?	❑	❑
Publicidad ¿por qué?	❑	❑
Servicios de PROFECO ¿por qué?	❑	❑
Buzón del Consumidor ¿por qué?	❑	❑
Medios de comunicación ¿por qué?	❑	❑
Consumidor en el mundo ¿por qué?	❑	❑
Ciencia y consumo ¿por qué?	❑	❑
Productos peligrosos ¿por qué?	❑	❑

17.- ¿Qué temas le interesaría que tratáramos en la Revista del Consumidor?

18.- ¿Qué sugerencias generales tiene para mejorar la Revista del Consumidor?

19.- ¿Usted recomendaría la Revista del Consumidor?

❑ Sí ¿A quién?

Nombre:

Teléfonos:

Dirección:

❑ No ¿Por qué?

DATOS GENERALES:

A) Tiene suscripción de la revista
Si ❑ No ❑
Si no tiene, ¿dónde la compró?

B) Sexo ❑ Femenino ❑ Masculino

C) Edad ❑ 18 - 25 años ❑ 26 35 años ❑ 36 - 45 años ❑ 46 - 55 años ❑ Mayor de 56 años

D) Estado civil ❑ Soltero (a) ❑ Casado (a) ❑ Viudo (a) ❑ Divorciado (a) ❑ Otro

E) Ocupación ❑ Estudiante ❑ Profesionista ❑ Ama de casa ❑ Obrero ❑ Empleado ❑ Desempleado ❑ Comerciante ❑ Otro:

F) Escolaridad ❑ Primaria ❑ Secundaria ❑ Bachillerato ❑ Licenciatura ❑ Maestría ❑ Otro:

G) Ingreso mensual familiar

❑ Menos de $ 793.50 ❑ De $ 793.5 a $ 1,578.0
❑ De $1,578.0 a $3,174.0 ❑ De $3,174.0 a $ 5,554.5
❑ De $5,554.5 a $7,141.5 ❑ De $7,141.5 a $10,315.5
❑ De $10,315.5 a $18,250.5 ❑ Más de $ 18,250.5

Calidad de refrigeradores

¡Que no lo dejen «frío»!

Con el fin de proporcionar al consumidor información objetiva y detallada sobre la calidad y características de los refrigeradores domésticos que se ofrecen en el mercado nacional, el Laboratorio de Pruebas de Calidad de PROFECO realizó una amplia investigación cuyos resultados queremos compartir con usted para brindarle una referencia confiable que oriente su decisión de compra.

¿Qué características tuvo el estudio?

Esta investigación incluyó el análisis de 28 modelos correspondientes a nueve marcas de refrigeradores de manufactura tanto nacional como de importación, con diferente capacidad y diversos sistemas de deshielo: manual, semiautomático o automático.

¿Qué pruebas se aplicaron?

Para evaluar dichos electrodomésticos se consideraron los siguientes aspectos:

-Información al consumidor
-Seguridad hacia el usuario
-Capacidad de conservación de los alimentos
-Prueba de ruido
-Conservación de las características del helado

Los resultados parciales y totales obtenidos por cada marca y modelo de refrigerador se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información sobre el presente estudio lo invitamos a comunicarse a la Coordinación General de Investigación, a los teléfonos 549-91-07 6 549-92-75, donde con gusto lo atenderemos.

Recomendaciones

de uso

-Antes que nada lea con detenimiento el manual de uso del electrodoméstico, lo cual le evitará muchos problemas.

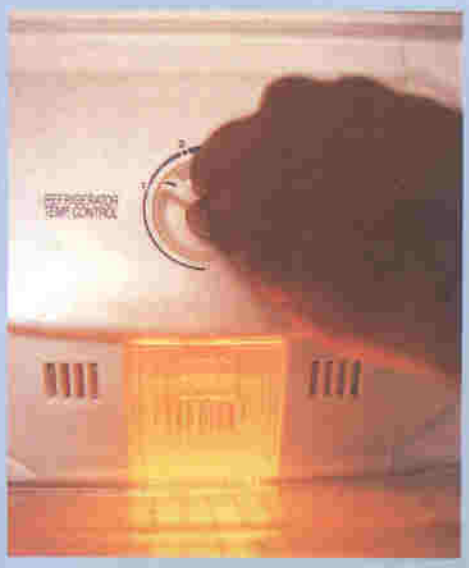
-No coloque materiales inflamables cerca del aparato. El condensador -ubicado en la parte trasera - despide calor y podría provocar un siniestro.

-Evite el riesgo de una descarga eléctrica: desconecte el refrigerador antes de cambiar el foco interior, o bien, corte momentáneamente el suministro de energía.

-Cuando lo instale, asegúrese de que quede nivelado y en una zona que resista el peso del aparato; deje un espacio libre (aproximadamente 5 centímetros) a los lados y en la parte posterior para que tenga una buena ventilación, de lo contrario el refrigerador tendrá que realizar un mayor esfuerzo para enfriar los alimentos, lo cual implicará un mayor consumo de electricidad.

-Espere cuatro horas antes de conectar por primera vez un refrigerador nuevo, así permitirá que el gas y el aceite del mecanismo se asienten.

-Después de conectarlo, coloque el control de temperatura en posición media y ajústelo según sus necesidades cuando el aparato haya alcanzado una operación estable (al cabo de cinco horas). Pasado ese lapso introduzca los alimentos.



-Lave la parte interna del refrigerador por lo menos cada dos semanas. De esta manera evitará que se contaminen los alimentos y se acumulen olores desagradables.

-Bajo ninguna circunstancia incline el refrigerador hacia la parte posterior, ya que el sistema de enfriamiento puede sufrir daños permanentes.

-Si se ausenta de casa por más de 15 días es conveniente que lo desconecte, asimismo límpielo y deje las puertas abiertas para que se ventile.

-Mantenga limpias las áreas cercanas al motor para aumentar la vida útil del aparato.

-Compruebe que los empaques de la(s) puerta(s) se encuentren en buenas condiciones -es decir, que su cierre sea hermético- para que no se escape el frío.

-En refrigeradores con deshielo manual o semiautomático, revise que la escarcha del congelador no sobrepase medio centímetro de grosor: descongélelo antes de que esto ocurra.

-Evite sobrellenar el aparato, ya que ello impedirá que el frío circule adecuadamente en el interior, provocando que algunos alimentos no se enfríen lo suficiente.

-No abra con demasiada frecuencia la(s) puerta(s) de su refrigerador, así ahorrará electricidad.

-No forre las parrillas con papel encerado ni de aluminio, ya que ello impide que el frío circule libremente.

-Tape siempre los líquidos o los alimentos húmedos porque el frío los deshidrata.

-Nunca introduzca comida ni recipientes calientes.

-Coloque las verduras y las carnes en sus compartimientos especiales, así durarán más tiempo en buenas condiciones.

-Los alimentos se conservan por más tiempo en el congelador (a temperaturas que van de -12 a -23° C).

-Cuando llene las charolas para hacer hielos, primero lávelas perfectamente y después vierta en ellas agua purificada o hervida, pero fría.

-Cuando su refrigerador requiera una reparación, acuda a los centros de servicio autorizados (cuyas direcciones aparecen en la póliza de garantía), donde le brindarán un servicio confiable y refacciones legítimas. Si la garantía aún es vigente, ¡hágala valer!

de compra

-Antes de elegir su refrigerador considere que los acabados texturizados son más resistentes que los lisos.

-Adquiera un aparato cuya capacidad se adecue a la cantidad de alimentos que normalmente adquiere y consume.

-Prefiera aquellos que tienen pequeñas ruedas en la parte inferior, lo que permite desplazarlos con facilidad.

-Revise las puertas del aparato: deben abrirse sin mucho esfuerzo, y cuando las cierre -aun con poca fuerza- no deben quedar abiertas. Son convenientes los refrigeradores cuyas puertas tienen un tope, de tal forma que no es posible que se golpeen contra el cuerpo del aparato cuando se abren.

-Recuerde que existen tres tipos de refrigeradores según su sistema de deshielo. Tomando en cuenta su presupuesto, considere la posibilidad de adquirir uno automático, pues aunque consume más energía, es más funcional que uno manual o semiautomático.

-Revise las parrillas del aparato y compruebe que sean fácilmente removibles.

-Todos los refrigeradores que se comercializan en nuestro país deben ostentar la etiqueta de consumo de eficiencia energética. Ésta indica -con un código de letras- la cantidad de energía, medida en kilowatts-hora, que gastará el refrigerador anualmente: la letra «A» corresponde a un aparato que consume más energía que uno con la letra «B»; a su vez, este último consumirá más electricidad que el de la letra «C», y así sucesivamente.

-Al adquirir su refrigerador asegúrese de que le entreguen el instructivo de uso y mantenimiento y la póliza de garantía; asimismo, al recibirlo en su domicilio verifique que el embalaje se encuentre en buen estado.

Lo que debe saber sobre su refrigerador

A continuación mencionamos algunos aspectos importantes referentes al consumo de energía y a la operación de su refrigerador en determinadas condiciones ambientales. Conocer estos datos le permitirá sacarle mayor provecho a este electrodoméstico.

-En lugares calurosos y con escasa humedad, el refrigerador trabajará más y en forma continua, es decir, con pocos periodos de descanso. De ahí que un aparato de este tipo consuma mayor energía que en un clima templado y en ocasiones no enfríe lo suficiente los alimentos.

-En un clima frío un refrigerador tiende a trabajar menos y generalmente congela casi todos los alimentos, incluso las verduras y los vegetales.

-En el caso de climas húmedos o donde llueve demasiado, el problema es tratar de extraer el exceso de humedad que provoca la formación de escarcha en el interior del aparato. En los que cuentan con sistema de deshielo manual o semiautomático, la excesiva escarcha depositada en el evaporador del congelador contribuirá a que se forme más. Si no se descongela con frecuencia comenzará a consumir mayor cantidad de energía, porque bajo estas condiciones el ciclo de refrigeración resulta ineficiente. Los refrigeradores automáticos eliminan la escarcha pero consumen más energía de lo normal.

-Cuando en climas templados el refrigerador consume demasiada energía, congela los alimentos o no los enfría adecuadamente, el problema se puede corregir variando los controles de temperatura del aparato. Evite abrir demasiadas veces y por periodos prolongados su refrigerador; recuerde que al abrir la puerta, el calor del exterior entra al electrodoméstico, por lo cual tendrá que iniciar un nuevo ciclo de refrigeración.

-Los modernos refrigeradores domésticos trabajan con un tercio menos de la energía que consumían los que se fabricaban hace una década. Respondiendo a las demandas del consumidor y a los requerimientos de las autoridades correspondientes, se han creado nuevas alternativas para disminuir el consumo de energía de estos aparatos, gracias a lo cual fue posible establecer un nuevo criterio industrial: la «eficiencia energética». En un futuro no muy lejano los refrigeradores probablemente tendrán envolventes que sean mejores aislantes, compresores que consumirán un tercio de energía en comparación con los modelos actuales y que trabajen con gases refrigerantes menos agresivos con el ambiente.

-A la pregunta ¿Por qué hay que evitar el exceso de agua dentro de un refrigerador? se tienen dos respuestas: la primera es que el mecanismo o sistema de refrigeración tiende a consumir mayor energía eléctrica cuando en el congelador se deposita una gran cantidad de hielo; y la segunda es que los microorganismos presentes en los alimentos requieren agua para desarrollarse. Por ello, evitar la humedad es un método elemental para bloquear el crecimiento de microorganismos y, por lo tanto, la posible descomposición de los alimentos.

Recomendaciones para la conservación de

Para alargar la vida de su refrigerador y conservar mejor sus alimentos le recomendamos que atienda los siguientes puntos.

Precauciones en el manejo de alimentos congelados: antes de adquirir un alimento congelado es necesario observar si existen signos de que el producto ha comenzado a descongelarse, lo cual puede suceder durante su transportación; recuerde que un alimento congelado sólo debe descongelarse una vez y consumirse de inmediato. Entre los principales indicios de descongelamiento están la presencia de líquidos en el cartón del empaque o trozos de hielo en el alimento. Los productos que deben ser examinados con mayor cuidado son el pescado, la carne y las verduras.

Precauciones en el manejo de alimentos refrigerados: primero revise la fecha de caducidad y, de ser posible, verifique que se encuentren a una temperatura menor a los 5 grados centígrados. Algunos alimentos que requieren una cuidadosa refrigeración son la carne, pollo, pescado, leche y sus derivados (quesos, cremas, yogurt, etcétera), y embutidos. Evite comprar jamón rebanado que no se encuentre en refrigeración.

Antes de adquirir carne observe que:

Res: su color debe ser rojo brillante, lo contrario es señal de deterioro.

Ternera: debe ser color rosa grisáceo y las partes magras tienen una textura suave y aterciopelada.

Cerdo: las porciones grasosas deben ser blancas y firmes; la carne es de color rosa pálido. Con el paso del tiempo la piel se decolora y se enrancia.

Embutidos: asegúrese de que estén libres de lama y hongos.

Aves: la carne flácida y los ojos hundidos son indicio de que el producto es de calidad inferior. Si su olor es desagradable y/o la carne se torna oscura y tiene partes pegajosas, entonces el producto está en proceso de descomposición.

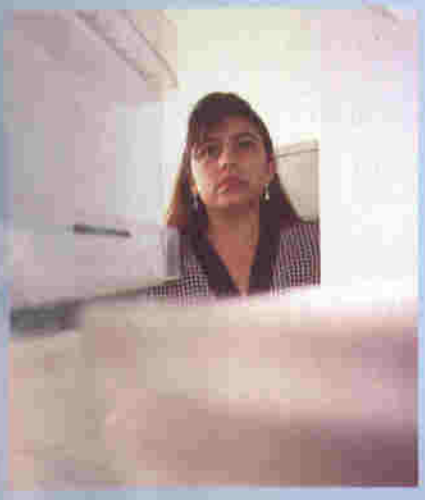
Pescados: el pescado nunca debe volverse a congelar, pues la carne se ablanda y pierde consistencia, asimismo adquiere un olor agrio y un color oscuro. El pescado fresco tiene agallas de color rojo brillante, los ojos saltones y limpios, la carne en el área del vientre es firme y no despide un aroma fuerte. El olor a amoniaco en pescados y mariscos indica un deterioro avanzado, por lo que ese producto debe ser desechado de inmediato.

Huevo: la yema del huevo fresco es abultada y está en medio de la clara; la consistencia de esta última debe ser firme. Los productos con cascarón estrellado no deben consumirse, ya que pueden estar contaminados por salmonella.

Leche y sus derivados: no adquiera leche pasteurizada que no se encuentre en refrigeración permanente. La mantequilla en buen estado tiene un sabor fresco y ligeramente dulce, un color uniforme y una consistencia firme.

Frutas y verduras: la mejor prueba de la calidad de una fruta es un sabor. La descomposición de las frutas y las verduras por lo general se con la aparición de hongos.

alimentos



Conservación de alimentos

Una gran cantidad de los alimentos que consumimos son tejidos vivos y, en consecuencia, perecederos. Saber preservarlos mediante la refrigeración nos permitirá mejorar nuestra calidad de vida. En las siguientes tablas le indicamos las temperaturas y los tiempos de refrigeración a los que deben someterse algunos comestibles, siempre y cuando el alimento esté en buen estado y la fecha de caducidad no indique un periodo de conservación menor al que aparece en la tabla.

Alimento	Temperatura (° C)	Periodo máximo de almacenamiento
Lácteos		
Leche pasteurizada	de 2 a 4	5 días
Crema	de 2 a 4	5 meses
Queso	de 2 a 4	30 días
Mantequilla	4	2 meses
Frutas y verduras		
Manzanas	de 2 a 5	2 semanas
Aguacates	de 5 a 12	10 días
Plátanos	de 13 a 16	10 días
Uvas	de 2 a 5	3 semanas
Melones	de 0 a 2	7 días
Tomates	de 4 a 10	de 7 a 10 días
Espinacas	de 2 a 4	de 10 a 14 días
Zanahorias	de 4 a 7	de 4 a 5 meses
Calabazas	de 2 a 4	3 meses
Coliflor	de 2 a 4	3 semanas
Cebollas	de 10 a 16	6 meses
Carne y sus derivados		
Tocino	de 10 a 16	15 días
Carne de res	de 2 a 4	3 semanas
Carne de cerdo	de 1 a 3	2 semanas
Jamón	de 1 a 3	15 días
Pollo	0	10 días
Salchicha	de 2 a 4	7 días
Varios		
Huevo	de 4 a 7	8 meses
Frijol cocido	de 4 a 7	15 días
Maíz cocido	de 2 a 4	de 4 a 8 días

CON DESHIELO AUTOMÁTICO

Capacidad entre 367.9 y 452.8 dm^3 (no hacen escarcha)

	Marca	Acros	General Electric	Whirlpool	Mabe	Goldstar	Blue Point
	Modelo	ART14J	TBX16ZL	WRT14PK	1G14WL	GR-392	BR-7016B
	País de origen	México	México	México	México	Corea	Corea
	Garantía (años)	1	1	2	1	1	1
	Voltaje de alimentación / frecuencia (voltaje c.a. / Hz)	127 / 60	127 / 60	127 / 60	127 / 60	115 / 60	115 / 60
	Consumo de energía máximo anual en kWh / año (1)	698.5	578.16	634.8	No indica	No indica	729
Características	Capacidad (decímetros cúbicos / pies cúbicos)	396.7 / 14.02	452.8 / 16	397.0 / 14.03	452.8 / 16	389.6 / 13.77	409.7 / 14.48
Características	Número de puertas	2	2	2	2	2	2
Características	Tipo de parrillas	Alambrón	Cristal templado	Cristal templado	Alambrón	Plástico	Plástico
Características	Condensador visible	Sí	No	Sí	No	No	No
Características	Filtro para malos olores	No	No	No	No	Sí	Sí
Características	Facilidad de maniobra	Fácil	Fácil	Fácil	Fácil	Fácil	Fácil
Características	Dimensiones (ancho x largo x alto en mm)	700x616x1605	708x684x1608	710x690.5x1600	710x680x1610	725x623x1670	688x635x1700
	Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Incompleta	Incompleta	Completa
	Seguridad hacia el usuario						
	Capacidad de conservación de los alimentos						
	Ruido						
	Conservación de las características del helado						
	Precio ($)	4,239.00	6,007.00	5,189.00	4,900.00	4,800.00	5,600.00
	Evaluación global de calidad	**95**	**92**	**92**	**88**	**88**	**88**

(1) Señalado en la etiqueta aprobada por la Comisión Nacional de Ahorro de Energía.

Capacidad entre 283 y 339.6 dm³ (no hacen escarcha)

	Marca	Mabe	Whirlpool	Blue Point	General Electric	Daewoo	Acros
	Modelo	IG11WB	WRT12TK	BR-7013B	TBX11YB	DMR-362	ART12J
	País de origen	México	México	Corea	México	México	México
	Garantía (años)	1	2	1	1	1	1
	Voltaje de alimentación / frecuencia (voltaje c.a. / Hz)	127 / 60	127 / 60	115 / 60	127 / 60	127 / 60	127 / 60
	Consumo de energía máximo anual en kWh / año (1)	656.63	653.8	662	656.63	562.1	666
Características	Capacidad (decímetros cúbicos / pies cúbicos)	328.2 / 11.60	329.6 / 11.64	309.8 / 10.95	328.2 / 11.60	300.8 / 10.63	329.4 / 11.64
Características	Número de puertas	2	2	2	2	2	2
Características	Tipo de parrillas	Alambrón	Cristal	Plástico	Alambrón	Plástico	Alambrón
Características	Condensador visible	No	Sí	No	No	No	Sí
Características	Filtro para malos olores	No	No	Sí	No	No	No
Características	Facilidad de maniobra	Fácil	Fácil	Fácil	Fácil	Difícil	Fácil
Características	Dimensiones (ancho x largo x alto en mm)	634x654x1624	610x690x1600	585x635x1645	634x654x1624	640x600x1590	608x610x1605
	Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
	Seguridad hacia el usuario						
	Capacidad de conservación de los alimentos						
	Ruido						
	Conservación de las características del helado						
	Precio ($)	4,055.00	4,370.00	3,725.00	4,194.00	3,337.00	3,805.00
	Evaluación global de calidad	**97**	**95**	**93**	**92**	**91**	**87**

(1) Señalado en la etiqueta aprobada por la Comisión Nacional de Ahorro de Energía.

CON DESHIELO AUTOMÁTICO

Capacidad entre 198.1 y 254.7 dm³ (no hacen escarcha)

Marca	Blue Point	Daewoo	Goldstar
Modelo	BR-7008G	DMR-272	GR-252
País de origen	Corea	México	Corea
Garantía (años)	1	1	1
Voltaje de alimentación / frecuencia (voltaje c.a. / Hz)	115 / 60	127 / 60	115 / 60
Consumo de energía máximo anual en kWh / año (1)	610	568.18	No indica
Capacidad (decímetros cúbicos / pies cúbicos)	219.8 / 7.77	219.8 / 7.77	249.8 / 8.83
Número de puertas	2	2	2
Tipo de parrillas	Plástico	Plástico	Plástico
Condensador visible	No	No	No
Filtro para malos olores	Sí	No	Sí
Facilidad de maniobra	Fácil	Difícil	Fácil
Dimensiones (ancho x largo x alto en mm)	525x580x1397	545x570x1555	525x580x1468
Información al consumidor	Completa	Completa	Incompleta
Seguridad hacia el usuario			
Capacidad de conservación de los alimentos			
Ruido			
Conservación de las características del helado			
Precio ($)	4,086.00	3,027.00	4,401.00
Evaluación global de calidad	**92**	**86**	**85**

(1) Señalado en la etiqueta aprobada por la Comisión Nacional de Ahorro de Energía.

Excelente Bueno Regular Deficiente

CON DESHIELO SEMIAUTOMÁTICO

		Capacidad entre 268.8 y 311.3 dm³		Capacidad entre 212.2 y 240.5 dm³	
	Marca	Whirlpool	Supermatic	Whirlpool	Philips
	Modelo	W-11060	9060	W-8060	PH-707
	País de origen	México	México	México	México
	Garantía (años)	2	1	2	1
	Voltaje de alimentación / frecuencia (voltaje c.a. / Hz)	127 / 60	127 / 60	127 / 60	127 / 60
	Consumo de energía máximo anual en kWh / año (1)	520.6	485.8	468.6	458.1
Características	Capacidad (decímetros cúbicos / pies cúbicos)	310.1 / 10.96	270.8 / 9.57	240.5 / 8.5	213.6 / 7.55
Características	Número de puertas	1	1	1	1
Características	Tipo de parrillas	Alambrón	Alambrón	Alambrón	Alambrón
Características	Condensador visible	Sí	Sí	Sí	Sí
Características	Filtro para malos olores	No	No	No	No
Características	Facilidad de maniobra	Difícil	Difícil	Difícil	Difícil
Características	Dimensiones (ancho x largo x alto en mm)	658x555x1475	580x555x1480	580x555x1355	580x558x1240
	Información al consumidor	Completa	Completa	Completa	Completa
	Seguridad hacia el usuario				
	Capacidad de conservación de los alimentos				
	Ruido				
	Conservación de las características del helado				
	Precio ($)	3,264.00	3,002.00	2,610.00	3,236.00
	Evaluación global de calidad	**91**	**81**	**90**	**80**

(1) Señalado en la etiqueta aprobada por la Comisión Nacional de Ahorro de Energía.

CON DESHIELO MANUAL

Capacidad entre 84.9 y 141.5 dm³

		Mabe	General Electric	Acros
Marca		Mabe	General Electric	Acros
Modelo		MR04V	TA04DL	ARM05N
País de origen		México	México	México
Garantía (años)		1	1	1
Voltaje de alimentación / frecuencia (voltaje c.a. / Hz)		127 / 60	127 / 60	127 / 60
Consumo de energía máximo anual en kwh / año (1)		317.91	317.91	280.2
Características	Capacidad (decímetros cúbicos / pies cúbicos)	105.8 / 3.74	105 / 3.73	137.5 / 4.86
	Número de puertas	1	1	1
	Tipo de parrillas	Alambrón	Alambrón	Alambrón
	Condensador visible	Si	Si	Si
	Filtro para malos olores	No	No	No
	Facilidad de maniobra	Difícil	Difícil	Difícil
	Dimensiones (ancho x largo x alto en mm)	478x640x850	474x456x855	506x562x886
Información al consumidor		Completa	Completa	Completa
Seguridad hacia el usuario				
Capacidad de conservación de los alimentos				
Ruido				
Conservación de las características del helado				
Precio ($)		2,222.00	2,202.00	1,602.00
Evaluación global de calidad		**93**	**93**	**90**

(1) Señalado en la etiqueta aprobada por la Comisión Nacional de Ahorro de Energía.

CON DESHIELO MANUAL

		Capacidad entre 169.8 y 212.25 dm³			Capacidad entre 226.4 y 311.3 dm³		
Marca		Acros	Acros	General Electric	General Electric	Mabe	Mabe
Modelo		ARM07N	ART07N (2)	TA07DL	TA10ZL	MR10B	RM08L
País de origen		México	México	México	México	México	México
Garantía (años)		1	1	1	1	1	1
Voltaje de alimentación / frecuencia (voltaje c.a. / Hz)		127 / 60	127 / 60	127 / 60	127 / 60	127 / 60	127 / 60
Consumo de energía máximo anual en kwh / año (1)		328.4	620.8	372.66	374.12	374.12	432.41
Características	Capacidad (decímetros cúbicos / pies cúbicos)	185.9 / 6.57	206.3 / 7.29	208.8 / 7.38	292.3 / 10.33	292.3 / 10.33	232.6 / 8.22
	Número de puertas	1	2	1	1	1	1
	Tipo de parrillas	Alambrón	Alambrón	Alambrón	Alambrón	Alambrón	Alambrón
	Condensador visible	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí
	Filtro para malos olores	No	No	No	No	No	No
	Facilidad de maniobra	Difícil	Difícil	Difícil	Difícil	Difícil	Difícil
	Dimensiones (ancho x largo x alto en mm)	506x542x1192	506x556x1228	592x538x1098	588x532x1482	585x536x1460	584x536x1208
Información al consumidor		Completa	Completa	Completa	Completa	Completa	Completa
Seguridad hacia el usuario							
Capacidad de conservación de los alimentos							
Ruido							
Conservación de las características del helado							
Precio ($)		1,895.00	3,184.00	2,547.00	2,433.00	2,997.00	2,436.00
Evaluación global de calidad		**90**	**86**	**81**	**92**	**87**	**84**

(1) Señalado en la etiqueta aprobada por la Comisión Nacional de Ahorro de Energía.

(2) Refrigerador con deshielo cíclico (también genera escarcha).

Excelente
Bueno
Regular
Deficiente

La piratería en la industria Fonográfica

En México, la venta de discos se ha convertido en un negocio floreciente: en 1993, según estadísticas de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas (Amprofon), las ventas lícitas de fonogramas llegaron a 62 millones de unidades, con un valor de menudeo de 572 millones de dólares, lo que llevó a nuestro país a ocupar el octavo lugar en ventas a nivel mundial.

Los consumidores mexicanos adquieren en promedio 1.8 discos per cápita al año.

Por otra parte, en 1993 se vendieron en la República Mexicana alrededor de 125 millones de unidades de fonogramas «piratas», lo cual nos coloca como el segundo mercado ilícito más productivo del mundo, después de China.

Al respecto, la Amprofon señala que dos de cada tres casetes comercializados en México son de procedencia ilegal.

Los estragos de la «piratería»

El fonograma es un compendio de obras que incluye, por ejemplo, composición, musicalización, ejecución y producción, lo cual da como resultado un casete o disco compacto.

En este sentido, el ingeniero Manuel I. Fierro, representante legal de la Asociación Protectora de los Derechos Intelectuales Fonográficos (APDIF), comenta a la **Revista del Consumidor**: «El productor de los fonogramas es el dueño de los derechos de comercialización, puesto que finalmente él paga las regalías de todos los que participan en la producción e invierte en la promoción del disco.

«La 'piratería' -continúa nuestro entrevistado- es una actividad ilícita que incluye actividades como la copia, almacenamiento, distribución y venta de medios fonográficos sin autorización del titular de los derechos de autor.

«Desde 1991, México ha declarado que la usurpación intencional de los derechos de autor en una grabación fonográfica para obtener ganancias mercantiles es un delito contra la propiedad, equivalente al hurto de bienes personales.

«La 'piratería' perjudica a todos los que conforman la industria del disco: productores, ejecutantes, compositores y consumidores; los únicos beneficiados son quienes trafican con la música de los compositores, la habilidad artística de los ejecutantes, el trabajo creativo de los productores en el estudio y sus campañas de comercialización para la grabación original.

«Un casete producido legalmente cuesta 30 pesos, mientras que uno ilegal tiene un precio aproximado de 12 pesos, debido a que el material que se emplea en su elaboración es de mala calidad; además, se pasan por alto una serie de pagos, como las regalías y los impuestos».

Producción y venta de discos compactos

El disco compacto es el formato perfecto para portar el sonido grabado.

Los sistemas reproductores de discos compactos constan de un rayo láser que «lee» las hendiduras formadas en la superficie del disco. En estos productos no hay deterioro en la calidad del sonido, ni siquiera después de reproducirlos cientos de veces. La codificación digital de la música también ofrece un mayor rango dinámico de sonido registrable y un nivel de distorsión mucho menor que el de las grabaciones análogas.

La primera fábrica de discos compactos en México la construyó **Sonopress** y se inauguró en 1990. Hoy en día existen cinco instalaciones de este tipo en nuestro país, con una capacidad de producción combinada superior a los 40 millones de unidades al año, lo que representa una inversión de millones de dólares.

En 1993, las ventas lícitas de discos compactos en México llegaron a 20.2 millones de unidades (33 por ciento del total de discos vendidos), y aunque el porcentaje de penetración de los reproductores de discos compactos todavía es bajo en comparación con otros mercados importantes, el formato está siendo adoptado rápidamente por el consumidor.

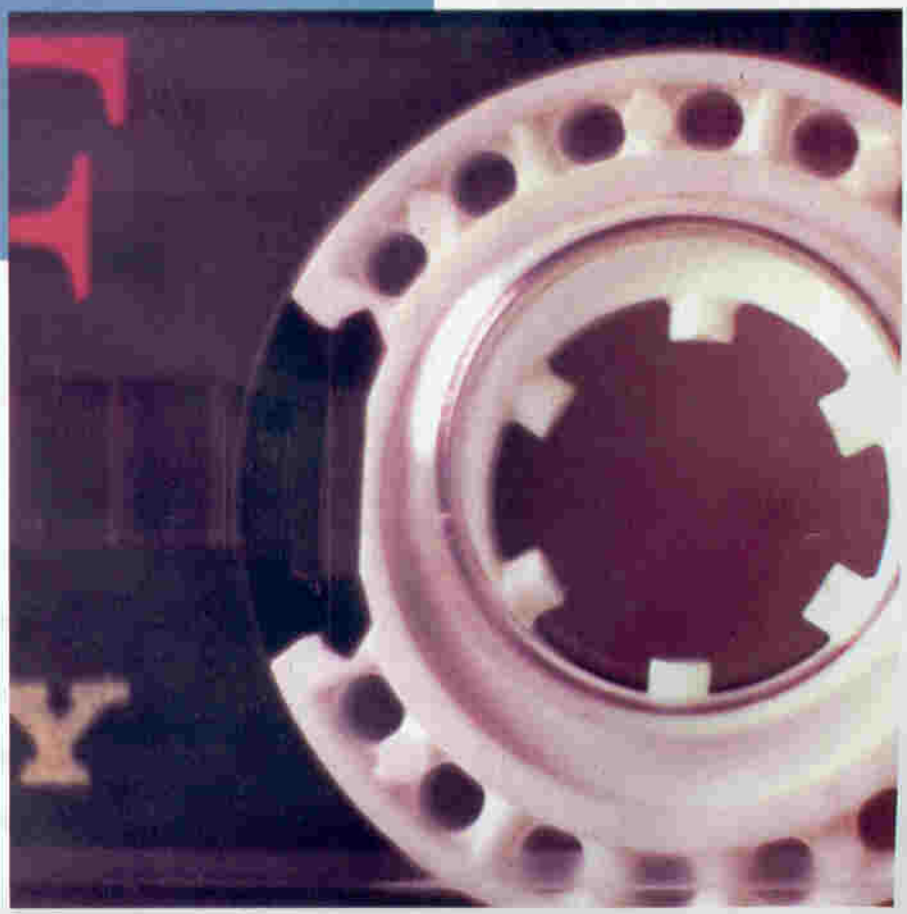
Fuente: La industria de la grabación musical en México

Del disco de pasta al disco compacto

La «piratería» surgió cuando se comenzó a fabricar el disco negro de pasta. El señor Efrén Huerta, director general de Amprofon, rememora: «La industria ilegal comenzó su producción de manera muy rudimentaria, porque existían diversas dificultades técnicas para llevar a cabo la reproducción no autorizada: en ese tiempo era necesario contar con una planta industrial que incluyera un sistema hidráulico y una caldera, entre otros elementos.

«Sin embargo esto cambió en la década de los setenta cuando, gracias a los avances de la tecnología de reproducción, empieza a extenderse el uso del formato de casete.

«Hoy en día, en cualquier lugar se puede instalar una esclava duplicadora de alta velocidad para reproducir fonogramas, por eso la 'piratería' de casetes domina el 60 por ciento del mercado nacional.



Lo que menciona la ley

La Ley Federal de Derechos de Autor (LFDA) es el instrumento legal encargado de proteger y regular el uso y la explotación económica de las creaciones intelectuales, artísticas y científicas.

Al respecto, el ingeniero Manuel Fierro señala: «Esta ley es muy importante para la industria discográfica, pues aunque el fonograma no se considera una obra artística en su sentido más estricto, su contenido sí lo es. En consecuencia, la LFDA reconoce el derecho que tiene el productor de fonogramas a proteger su creación, oponiéndose a su reproducción, distribución (directa o indirecta), arrendamiento o cualquier otra forma de explotación no autorizada».

«Como el productor ilegal no cubre ninguno de los gastos que suelen estar relacionados con la producción de un disco, para la industria discográfica esto representa una competencia desleal en lo que se refiere al precio del producto final, no así en calidad.

«Tradicionalmente, el casete ha sido el formato más recurrente de la producción ilegal, pero durante los últimos años, el rápido crecimiento del mercado de discos compactos ha fomentado la reproducción 'pirata' de CD's en países como Taiwan».

De mayo de 1995 a agosto de 1996 se han incautado aproximadamente 2 millones 400 mil audiocasetes piratas con un valor aproximado de 23 millones de pesos. Por otra parte, en la destrucción masiva de material apócrifo se incluyeron 28 mil estuches, mil 900 grabadoras maestras, bastidores de serigrafía y un millón 500 mil portadillas.

Calidad en la producción

La primera etapa del proceso de fabricación de un disco compacto o casete es crear la matriz o master, por lo general en cinta o en disco compacto registrable. Las técnicas para obtener matrices han avanzado de manera significativa en los últimos años, particularmente en la reedición de grabaciones antiguas en disco compacto. En la actualidad existen métodos para eliminar el ruido excesivo e incrementar la calidad de sonido de una grabación sin alterar la integridad musical original.

Una vez que se cuenta con la matriz puede reproducirse cualquier número de copias en las fábricas de discos compactos e instalaciones para copiar casetes.

No compre riesgos

No cabe duda de que el principal motivo por el cual un consumidor opta por un casete «pirata» en lugar de uno legal es su costo. Al respecto, el señor Efrén Huerta, de Amprofon, menciona: «Para el consumidor, el precio del material ilícito es muy atractivo, por lo menos como satisfactor inmediato: uno puede adquirir dos o tres casetes 'piratas' por el precio de uno legítimo; sin embargo, la mayoría de las veces representa un verdadero abuso, puesto que son casetes grabados de otros casetes o de la radio, las piezas musicales están incompletas o, en el peor de los casos, la cinta se encuentra en blanco; el 'pirata' da por hecho que si el consumidor compra algo barato, y sin exigir comprobante, de antemano acepta que existe la posibilidad de que el producto falle, además de que el vendedor evadirá cualquier responsabilidad».

Por su parte, el ingeniero Manuel Fierro agrega: «Los productos ilegales son de ínfima calidad. Por ejemplo, los casetes están elaborados con la cinta más delgada que hay en el mercado, lo que ocasiona que manchen de óxido las cabezas reproductoras del tocacintas o se enreden en las mismas.

«Además, su periodo de vida es aproximadamente de tres a cuatro reproducciones sin que sufran cambios físicos o de audio; el sonido es malo, es decir, tiene demasiada 'basura auditiva'. Todo ello sin contar el perjuicio económico que le ocasionan a la industria fonográfica legalmente constituida».

Miguel G. Prieto

Fuentes: Asociación Nacional de Productores de Fonogramas, A. C.
Asociación Protectora de los Derechos Intelectuales Fonográficos, A. C.

No deje que lo consuma la comida

¿Ha tenido alguna vez la sensación de que el espejo se está convirtiendo en su enemigo o de que los cierres de sus prendas de vestir suben con dificultad?

Si sus respuestas son afirmativas probablemente padece algún desorden alimenticio, como la compulsión: una alteración que se caracteriza por el deseo incontrolable y constante de comer.

Desde el punto de vista médico, comer compulsivamente es una enfermedad, porque las personas afectadas generalmente pierden la proporción respecto a la cantidad de alimentos que ingieren, lo cual afecta notablemente su salud.

Los comedores compulsivos sufren crisis que ocurren dos veces a la semana en promedio: comen apresuradamente hasta quedar inconfortablemente saciados; posteriormente se avergüenzan de las cantidades exageradas de comida que ingieren y desarrollan sentimientos de enojo hacia sí mismos, depresión o culpa.

«Esta compulsión -menciona a la **Revista del Consumidor** la doctora Grazziella Zierold, terapeuta del Centro de Servicios Psicológicos de la Facultad de Psicología de la UNAM- pasa por las siguientes etapas:

- El individuo come grandes cantidades de alimento en lapsos relativamente cortos.
- Al comer es incapaz de controlar la cantidad y el tipo de comida que ingiere.
- Conforme avanza el trastorno, en el organismo aumenta el nivel de necesidad de comida; por eso los comedores compulsivos invierten gran parte de su tiempo, energía y atención en conseguir y consumir productos alimenticios, lo que provoca que las demás áreas del desarrollo se deterioren».

Por qué se come en exceso

Saborear un espagueti con crema, una pierna de cerdo adobada o unas galletas con mermelada es muy agradable.

La comida es indispensable para el organismo y gratificante, pero los comedores compulsivos recurren a ella para mitigar sentimientos de tristeza, soledad, enojo o depresión.

Dicho desorden físico está condicionado por aspectos psicológicos, familiares, sociales y culturales.

Pero, ¿cómo percatarse de la existencia de este problema?

«Para detectarlo hay que realizar una reflexión personal; cada quien sabe si tiene un problema o no con la comida: cuando yo me di cuenta de que sin tener hambre seguía comiendo incontrolablemente, descubrí que se trataba de una alteración», nos comenta una joven integrante del grupo «Comedores Compulsivos Anónimos».

Comer en exceso obliga a la persona a volverse impulsiva, retraída, pasiva, dis-

minuye considerablemente su autoestima y se autoagrede, pues le desagrada su apariencia.

«Con 30 kilos de sobrepeso la figura se modifica y al mirarte en el espejo empiezas a deprimirte y a acomplejarte porque estás gorda, no tienes pareja y sientes que nadie te quiere», menciona nuestra entrevistada, quien por razones obvias prefirió mantenerse en el anonimato.

En esos casos un comedor compulsivo puede caer incluso en la represión sexual o en la promiscuidad.

Los padecimientos orgánicos en los comedores compulsivos son: obesidad, problemas en la columna vertebral y las rodillas, diabetes, alto nivel de colesterol, alteraciones en las glándulas endocrinas, afecciones cardiovasculares y aumento de la posibilidad de fallecer prematuramente; asimismo, el riesgo de sufrir un infarto se eleva de dos a seis veces y el de morir en una intervención quirúrgica es cuatro veces mayor.

La obesidad es una enfermedad mortal, por ello comer compulsivamente puede significar un lento suicidio.

Es importante aclarar que el sobrepeso no es una característica de quienes comen compulsivamente; estos individuos a veces están por debajo de su peso, en su peso correcto o por arriba de éste. La obesidad puede ser resultado de múltiples factores: la herencia, los hábitos alimenticios o los trastornos metabólicos.

«Hay gente que quiere mantenerse en su peso con métodos como alimentarse en exceso un día y no hacerlo en tres (etapas mixtas de anorexia y compulsión); también hay quien está seis meses a dieta y en un mes se desquita comiendo todo lo que no pudo, y vuelve a recuperar el peso perdido.

«Asimismo, se obsesionan haciendo ejercicio, no realizan las tres comidas diarias, siguen dietas irracionales o utilizan anfetaminas», afirma la doctora Grazziella Zierold.

«Además, los medios de comunicación refuerzan la idea de que la mujer bella y triunfadora es delgada, ya que en esta cultura, como en muchas otras, se admira y exalta la esbeltez».

El rol de la familia

A veces las personas recurren a la comida para «escapar» de situaciones que les causaron dolor y les afectan.

«Muchas de estas experiencias negativas se remontan a la infancia, como la falta de afecto o de comprensión, el temor o la sensación de incompetencia.

«Quienes padecen algún trastorno en su forma de ingerir los alimentos, por lo general provienen de familias en las que hubo carencias económicas, emocionales o conflictos graves.

«El apoyo de la familia y, por supuesto, la ayuda de un especialista son fundamentales para los individuos que pretenden modificar sus hábitos alimenticios, pues cuenta mucho la orientación que se les brinde en el sentido de comprar los productos alimenticios adecuados y el estímulo para que no rompan su dieta», concluye la doctora Zierold.

A grandes males... grandes remedios:

¿Ignora cuáles son los derechos que la ley le otorga?

¿Compra "a ciegas" pues no sabe ni cómo ni dónde adquirir artículos más baratos?

Suscríbase a la Revista del CONSUMIDOR

Con sólo $130.00 usted puede suscribirse por un año y obtener información de amplia utilidad para su presupuesto familiar

El porte será pagado por:

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

Administración de Correos núm. 44,
C. P. 03001, México, D. F.

Correspondencia con derechos por cobrar. Solamente servicio nacional.

cupón de suscripción

cupón de suscripción

Llenar con letra de molde.
No nos hacemos responsables
de suscripciones con datos
incompletos o ilegibles.

Nombre

Dirección

Colonia

C. P.

Delegación o municipio

Estado

Teléfono

Suscripción por un año $ 130.00
Suscripción nueva
Renovación de suscripción

Forma de pago

GIRO POSTAL CHEQUE

(En ambos casos a nombre de la
Revista del Consumidor)

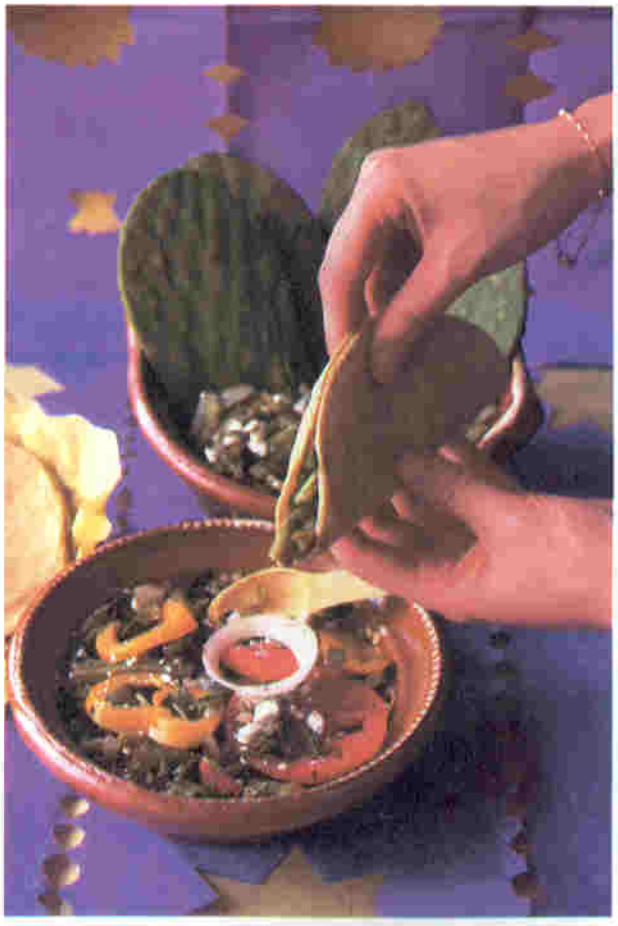
No.

Conozca sus
derechos,
no compre
"a ciegas"

Conozca la Revista del
CONSUMIDOR

Con sólo $130.00 usted puede suscribirse por un año y obtener información de amplia utilidad para su presupuesto familiar

Aclaraciones: Perugino núm. 18,
colonia Insurgentes Extremadura,
delegación Benito Juárez, México, D. F.,
C. P. 03740, tels: 598-67-81, 611-73-79 o 611-75-23.



¿En qué consiste el tratamiento?

Los comedores compulsivos nunca deben automedicarse, sino acudir al médico para recibir un tratamiento integral y personalizado.

Para tratar este problema existen los grupos denominados «Comedores Compulsivos Anónimos», a los que cualquier persona puede acudir para participar en las sesiones grupales, las cuales se llevan a cabo todos los días en horarios matutino y vespertino; su duración es de dos horas.

El método de trabajo varía de acuerdo con el grupo: por ejemplo, a algunos se les prohíbe ingerir harinas y azúcares, en cambio, a otros se les da libertad de comer cualquier alimento, pero la dieta debe ser balanceada; el objetivo es que los asistentes logren distinguir entre hambre y obsesión.

Por otro lado, en la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México también se ha organizado un programa de modificación de hábitos alimenticios que preside la doctora Grazziella Zierold; las terapias son semanales, duran una hora y se realizan durante 22 semanas, a lo largo de las cuales se lleva un registro de la cantidad y la calidad de la dieta, así como del comportamiento y los sentimientos que experimenta la persona al comer. A partir de la segunda semana se le brinda un programa alimenticio indicándole lo que puede y debe ingerir, además de que la familia del paciente también participa.

Para obtener mayor información sobre los tratamientos de esta compulsión acuda a las instituciones de salud, grupos «Comedores Compulsivos Anónimos», Facultad de Psicología, UNAM, o al Instituto Nacional de la Nutrición.

Recuerde que lo importante es mantener una alimentación balanceada.

Lorena M. Romo

Fuentes: -Entrevista con la doctora Grazziella Zierold Montes, terapeuta del Centro de Servicios Psicológicos de la Facultad de Psicología de la UNAM.
-Grupo «Comedores Compulsivos Anónimos» Narvarte.
-Instituto Nacional de la Nutrición «Salvador Zubirán».
-Programa «Diálogos en Confianza» dedicado a los comedores compulsivos.

Goma de mascar y parche de nicotina:

alternativas terapéuticas

La ciencia médica aún no ha desarrollado ninguna «poción mágica» para curar a los adictos al tabaco, sin embargo, investigaciones recientes han desembocado en la creación de sustitutos auxiliares en el tratamiento contra el tabaquismo, como la goma de mascar y el parche de nicotina.

Aunque cabe aclarar que el éxito de cualquier terapia de esta índole se basa en gran medida en la motivación y la perseverancia del paciente para sobrellevar las molestias físicas y psicológicas que le ocasionará abandonar el cigarro.

Candidatos a dejar de fumar

La doctora Eva González Rodríguez, coordinadora de la Clínica contra el Tabaquismo del Hospital General de México, comenta: «Una vez que el paciente tiene la convicción de abandonar el cigarrillo, la forma más eficaz de hacerlo es 'de golpe'.

«A lo largo de los años -indica nuestra entrevistada-, la experiencia ha demostrado que generalmente logran su objetivo quienes abandonan súbitamente el hábito de fumar.

«Desde el punto de vista médico, al sustituir el tabaco con la goma de mascar o el parche de nicotina, al paciente se le proporciona una dosis de esta sustancia con el fin de atenuar el síndrome de abstinencia.

«En estos casos hay que poner especial atención en que el adicto deje el cigarrillo totalmente, porque de lo contrario su organismo estaría recibiendo una sobredosis de nicotina».

La goma de mascar y el parche de nicotina se prescriben durante tres meses aproximadamente, y la dosis disminuye gradualmente una vez que el paciente se siente capaz de dejar de fu-

nicotina nicotina nicotina

mar, por lo tanto son muy raros los casos en que se crea dependencia; ambos productos, al hacerse cargo de la adicción física, permiten que el fumador en proceso de recuperación concentre toda su atención en el aspecto psicológico.

Un rito social

«Fumar es una conducta estrechamente vinculada a un rito tanto social como personal. La persona que fuma 20 o más cigarros al día asocia dicho comportamiento con casi todas las actividades importantes que realiza cotidianamente.

«Por ello -continúa la doctora González Rodríguez-, el fumador en recuperación debe reemplazar esa asociación con actividades que favorezcan su salud.

«Cuando lo logre, le resultará mucho más fácil abandonar el hábito; del mismo modo, cuando finaliza el tratamiento con nicotina, el paciente podrá utilizar su experiencia personal y los conocimientos adquiridos durante la terapia».

Manejo eficaz del aspecto psicológico

Además de los placebos mencionados, un manejo psicológico eficaz es parte fundamental del tratamiento antitabaquismo.

En este sentido, la doctora Eva González enlista los elementos mínimos para realizar esta labor: «Por principio hay que tratar de comprender las razones por las cuales el paciente fuma, cambiar las conductas habituales ligadas al hábito de fumar, desarrollar estrategias para sobrellevar el síndrome de abstinencia, proporcionar al adicto los conocimientos necesarios para resistir en el futuro la tentación de volver a fumar, reforzar el compromiso para dejar el tabaco, e implementar técnicas de manejo del estrés a través de ejercicios de relajación».

La nicotina y sus efectos nocivos

La nicotina es uno de los principales alcaloides derivado del tabaco, que produce diversos efectos en el sistema nervioso central; el más importante es el estímulo que ejerce sobre la corteza cerebral, mismo que causa un aumento en la conducta cognoscitiva y el estado de alerta del individuo.

El consumo de tabaco en México

Al respecto, el doctor Ramón Vargas Cuadra, médico neumólogo adscrito a la Clínica de Tabaquismo del Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias, señala: «La falta de nicotina en los fumadores provoca reacciones como nerviosismo, irritabilidad, inestabilidad emocional, ansiedad, somnolencia y aumento de apetito, todo ello resultado del deseo urgente de fumar.

«Por otra parte -indica el especialista-, el tipo de intoxicación que produce la nicotina se caracteriza por náuseas, dolor abdominal, diarrea, diaforesis (sudoración), bochornos, vértigo, alteraciones en el oído y en la visión, confusión, debilidad, palpitaciones y trastornos en la respiración, entre otros síntomas.

«Por ello, tanto la goma de mascar como el parche de nicotina están indicados sólo como auxiliares en el tratamiento contra la adicción al cigarro y deben utilizarse bajo estricta vigilancia médica».

El doctor Vargas Cuadra agrega: «Los pacientes que sufran padecimientos cardiovasculares, como coronariopatías, antecedentes de infarto al miocardio y/o angina de pecho, arritmias cardiacas severas o enfermedad vasoespástica, deberán ser evaluados médicamente antes de prescribirles placebos con nicotina, debido al riesgo que puede acarrear al entrar de golpe al sistema cardiovascular.

«Además, el tratamiento está contraindicado en los casos de hipertensión y úlcera péptica».

Por ello, amigo lector, si usted es un fumador recurrente y tiene el propósito de dejar el hábito, le recomendamos que acuda a la clínica del sector salud que le corresponda para recibir ayuda y emprender las acciones necesarias en favor de su salud.

Miguel G. Prieto

El consumo de tabaco es un problema de salud pública debido a que es el responsable de diversas enfermedades, como afecciones pulmonares, cardiovasculares y algunos tipos de cáncer.

Lo peor del caso es que el tabaquismo no sólo afecta al fumador, sino también a quienes lo rodean; ejemplo de ello son los hijos de madres fumadoras que, entre otras afecciones, presentan bajo peso al nacer.

Los resultados obtenidos a nivel nacional sobre la prevalencia del consumo de tabaco mostraron que 25 por ciento de la población encuestada -de entre 12 y 65 años de edad- son fumadores, lo que equivale a más de 10 millones de personas. En cuanto a género, se encontró que de los varones entrevistados, el 38 por ciento son fumadores (7 millones), y de las mujeres un 14 por ciento (casi 3 millones).

Los índices de consumo de tabaco, en ambos sexos, presentaron una mayor frecuencia entre los 26 y los 44 años de edad (casi una quinta parte de las mujeres y cerca de la mitad de los hombres). La prevalencia de adolescentes fumadores fue del 10 por ciento (un millón aproximadamente), a razón de tres hombres por cada mujer.

Otro aspecto relevante fue la edad en la que la población entrevistada reportó haber iniciado el hábito de fumar; se detectó que poco más del 70 por ciento lo hicieron en la adolescencia: el 52 por ciento entre los 15 y los 18 años y el 20 por ciento entre los 10 y los 14 años de edad.

Al referirse a la cantidad y frecuencia diaria de cigarrillos consumidos, el 60 por ciento (cerca de 6 millones) se clasificó como **fumadores leves** (de 1 a 5 cigarrillos). El 29 por ciento, es decir, cerca de 3 millones, indicaron ser **fumadores moderados** (de 6 a 15 cigarrillos) y el 11 por ciento **fumadores severos** (16 o más cigarrillos), lo que equivale a poco más de un millón de individuos. Esto significa que el 89 por ciento de los fumadores están en constante exposición a la nicotina, lo cual es grave pues **no sólo los fumadores severos generan dependencia, sino también aquellos que fuman diariamente, aunque se trate de pocos cigarrillos, debido a que la tolerancia a la nicotina aumenta en el organismo.**

Fuentes: Dirección General de Epidemiología, SSA. Encuesta Nacional de Adicciones, 1993.

Los publicistas se autorregulan

Para el medio publicitario, el presente año se inició lleno de novedades, pues se han puesto en marcha las actividades del Consejo de Autorregulación Publicitaria (Conar), organismo que se creó con el fin de regular la actividad publicitaria bajo dos premisas fundamentales: «honestidad y veracidad».

La idea de crear este consejo surgió hace dos años, cuando Gunter Saupe, actual director de Lintas México, siendo presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), se percató de que el Código de Ética Publicitaria -elaborado en 1988- no se conocía de manera suficiente en el ámbito publicitario y por lo tanto no se respetaba.

Antes de iniciar el proyecto de autorregulación publicitaria en México, los publicistas involucrados se abocaron a estudiar cómo funcionaban dichas actividades en otros países, y descubrieron que particularmente en Latinoamérica se obtenían muy buenos resultados desde hacía muchos años.

Tomando como ejemplo la experiencia en el extranjero, en México se formó un comité de trabajo inte-grado por 30 personas (diez de los medios de comunicación, diez de agencias de publicidad y diez anunciantes).

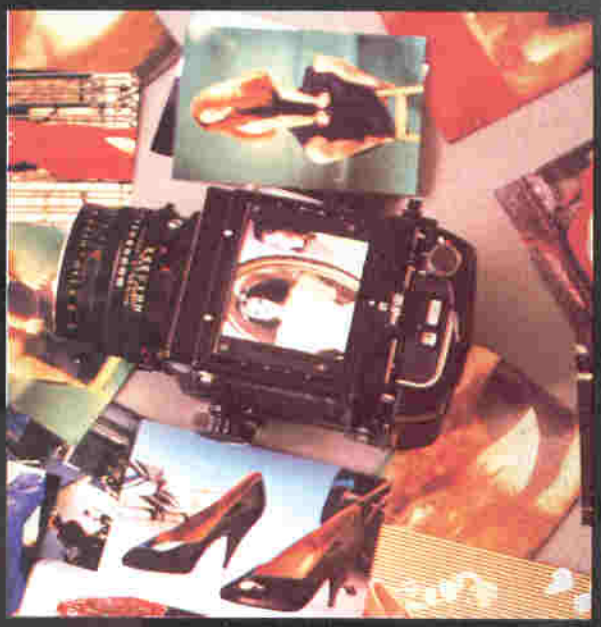
El trabajo fue arduo: después de dos años de convocar a reuniones, principalmente a los anunciantes -a quienes se invitó en primera instancia a agremiarse-, se consolidó el proyecto, mismo que requirió de mucha madurez y compromiso de las tres partes participantes.

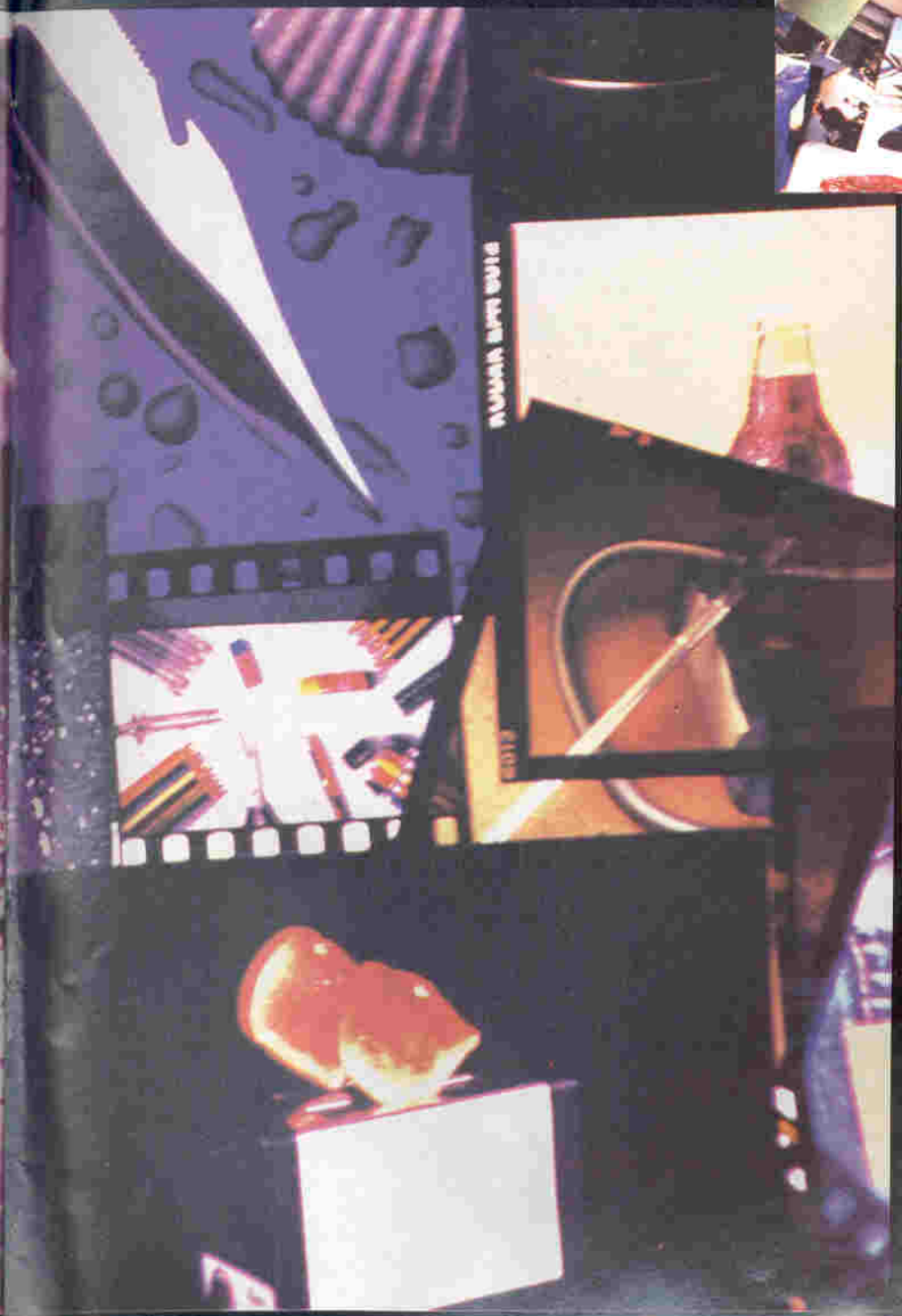
El objetivo principal fue que la gente del propio ámbito publicitario estableciera las normas y los principios a los que debía ceñirse.

Al respecto, el ingeniero Sergio del Villar, presidente del Conar, menciona a la **Revista del Consumidor**: «Dentro del medio siempre creímos que la autorregulación sería mucho más efectiva si las autoridades publicitarias elaboraban las normas».

Cuáles son sus funciones

El Conar está integrado por todas las empresas que utilizan la publicidad como medio para anunciar sus productos y servicios, así como por las agencias de publicidad.





Sobre las funciones específicas que desempeñará este organismo, Gunter Saupe, principal promotor del proyecto, menciona: «El objetivo más importante es vigilar la correcta aplicación del Código de Ética Publicitaria, el cual fue actualizado, ya que la versión original data de 1988; en su época tuvo muchos aciertos, pero acontecimientos como el Tratado de Libre Comercio y particularmente la publicidad comparativa hicieron necesaria su renovación. El código actual cubre aspectos más amplios e intenta ser claro en sus especificaciones y normas.

«La publicidad comparativa fue un detonador importante para acelerar el proceso de autorregulación a fin de lograr una publicidad más digna, veraz, honesta y legal.

«Otra de las funciones del Conar será actuar como árbitro cuando haya una disputa entre dos partes».

Lo anterior puede ejemplificarse de la siguiente manera: si un anunciante lanza al aire un comercial que en opinión del competidor está violando el código, el Conar intervendrá para tratar de resolver la situación.

Si por alguna razón no se llega a un acuerdo entre ambas partes, el Conar solicitará a los medios de comunicación que retiren el comercial del aire.

La idea es que dicho organismo funcione de forma equitativa y rápida con el fin de evitar largas querellas legales. Si un anunciante afirma que su producto es mejor que el del competidor y

éste lo niega, se invitará a ambos a demostrarlo; si en un plazo de cinco días no hay consenso se les pedirá suspender la publicidad hasta ofrecer pruebas fehacientes.

El nuevo código se repartirá a todas las agencias de publicidad, anunciantes, medios de comunicación y universidades que imparten la carrera de comunicación; asimismo, constantemente se impartirán seminarios para su correcta interpretación y aplicación.

Sobre los aspectos que regulará el Conar y los beneficios que proporcionará a los consumidores, Gunter Saupe explica: «Tendremos injerencia en todos los rubros de la publicidad comercial, excepto en lo referente a propaganda política o religiosa, lo que garantizará que la población reciba publicidad veraz, legal, honesta y transparente. Se evitarán las 'verdades a medias' y la publicidad tendenciosa».

Por su parte, el presidente de este organismo comenta: «Aunque este proyecto surgió ante la necesidad de uniformar criterios en el ámbito publicitario, indudablemente el más beneficiado será el consumidor, ya que la publicidad será honesta en todos los sentidos. Nuestra meta es que la publicidad cumpla con su función esencial: informar objetivamente.

El Consejo de Autorregulación Publicitaria (Conar) se creó con el fin de regular la actividad publicitaria bajo dos premisas fundamentales: "honestidad y veracidad"

Más sobre publicidad

Aunque la idea de crear este consejo nació en la iniciativa privada, ambos entrevistados coincidieron en señalar que el Conar no sustituirá a ninguna asociación.

El ingeniero Del Villar señala: «Aunque el Conar no pertenece a una dependencia gubernamental, esperamos, de acuerdo con las necesidades que surjan, contar con las autoridades para trabajar conjuntamente; serán un apoyo en nuestra labor pero no parte integral de nuestro trabajo».

La autorregulación publicitaria y la reglamentación son rubros importantes en nuestro país.

Respecto a este punto, Gunter Saupe afirma: «Quisiera dejar constancia de que México ocupa un lugar muy respetable en lo que a reglamentación publicitaria se refiere. Cuba es uno de los países más avanzados en esta materia, seguido por Costa Rica; en el otro extremo se encuentran Brasil, Chile y Argentina.

«En la medida en que los que hacemos publicidad consideremos que la autorregulación es parte de nuestra labor, las autoridades no tendrán la necesidad de modificar los reglamentos. En México habría que aplaudir la iniciativa de desregulación de muchas dependencias de gobierno, particularmente del sector salud».

Uno de los aspectos que más llama la atención en el área publicitaria es el desembolso anual que cada empresa realiza con el fin de colocarse en el gusto y preferencia de los consumidores.

Se tiene la idea errónea de que el gasto publicitario en México es elevado, sin embargo, Gunter Saupe aclara: «Nuestro país tiene uno de los presupuestos más bajos del mundo; Puerto Rico, que es una isla con 3 millones de habitantes,

tiene la inversión publicitaria per cápita más alta del planeta.

«De toda Latinoamérica, México ocupa los últimos lugares en inversión publicitaria per cápita, y si a esto le agregamos el problema económico por el que ha pasado en los últimos dos años, la situación es aún más grave.

«Creo que un país se mide por diversos factores económicos, y una ciudad donde hay una fuerte inversión publicitaria refleja que tiene una sólida actividad económica. Para ser más claros: en 1994 la inversión publicitaria fue de 2 mil millones

de dólares, durante 1995 cerró en mil 200 millones y el año pasado la cifra se incrementó únicamente entre 6 y 8 por ciento».

Por su parte, el ingeniero Del Villar opina: «No considero que la inversión publicitaria sea excesiva, puesto que normalmente se rige por presupuestos generados por la venta de los productos, además las partidas destinadas a la publicidad forman parte del costo del artículo; si tiene aceptación entre la población es necesario anunciarlo.

«La publicidad ayuda a los consumidores a orientar su elección de compra; para las personas es una garantía que un producto se anuncie, ya que, por lo regular, publicidad es sinónimo de calidad».

Por nuestra parte, como consumidores, en esta revista vemos con buenos ojos la creación de este consejo y estaremos atentos para informar sobre sus acciones concretas en favor de una publicidad «honesta y veraz», como rezan sus principios.

Vanessa Prieto

Fuente: Consejo de Autorregulación Publicitaria.

Mermelada de frutas cítricas

Ingredientes

1 kg de fruta (naranja, limón, lima, mandarina o toronja)
1 1/2 tazas de azúcar
1/2 cucharadita o una pastilla de vitamina C (ácido ascórbico) hecha polvo*
2 tazas de agua
frascos de vidrio con tapa hermética

* Se adquiere en farmacias y droguerías.

Preparación:

1. Las frutas, previamente lavadas, se pelan. Las cáscaras se cortan en tiras o trozos y se separa el bagazo. Las frutas se dividen en gajos.

2. Las cáscaras y el bagazo se ponen a hervir en una taza de agua, junto con el ácido cítrico, hasta que se ablanden (entre una y dos horas).

3. Los gajos de fruta se cuecen con la otra taza de agua y luego se muelen en la licuadora; esta pulpa se pasa por un colador y después se le agregan las cáscaras cocidas junto con su jugo (el bagazo se exprime).

4. La mezcla se hierve con una taza de azúcar hasta que su volumen se haya reducido una tercera parte. Posteriormente se agrega, poco a poco, el azúcar restante y se deja hervir 20 minutos.

5. Durante todo el proceso la mermelada debe agitarse con una pala de madera.

6. El producto obtenido se envasa en caliente en frascos previamente esterilizados (hervidos durante 15 minutos), los cuales se tapan inmediatamente para provocar vacío y aumentar el tiempo de conservación.

Algo más...

- Las mermeladas de frutas cítricas elaboradas mediante la técnica aquí descrita se conservan en perfecto estado durante tres meses sin necesidad de refrigeración.

- Es importante no prolongar más de 20 minutos el tiempo de cocción de la mermelada después de agregar toda el azúcar, así como agitar la mezcla constantemente, de lo contrario se oscurecerá y se cristalizará el producto.

ates

Ingredientes

1 kg de fruta (membrillo, manzana, guayaba, pera, chabacano o tejocote)
4 tazas de azúcar
1 cucharadita o pastilla de vitamina C (ácido ascórbico) hecha polvo*
2 cucharadas de pectina*(1).
2 tazas de agua

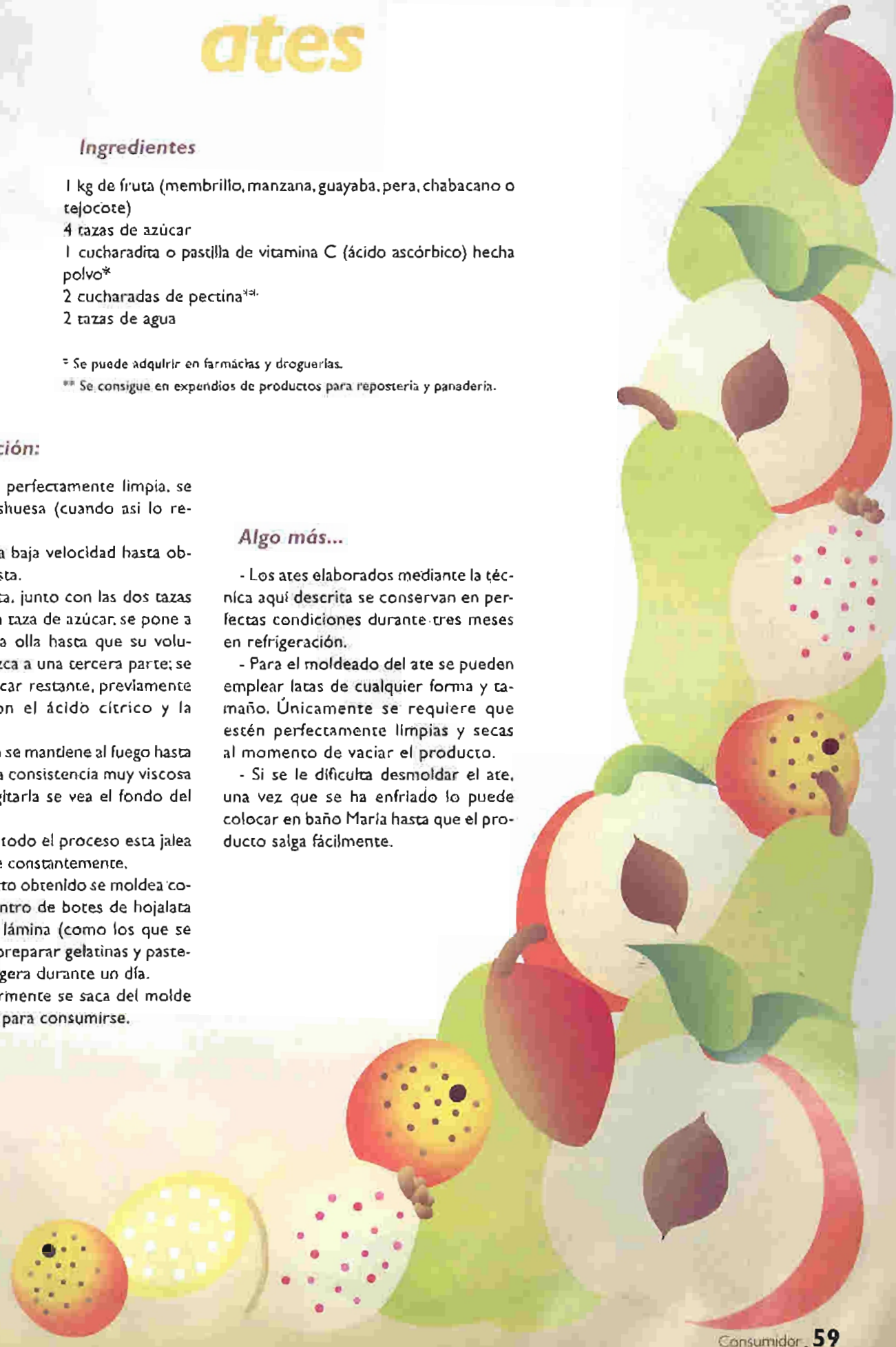
* Se puede adquirir en farmácias y droguerías.
** Se consigue en expendios de productos para repostería y panadería.

Preparación:

1. La fruta, perfectamente limpia, se pela y se deshuesa (cuando así lo requiera).
2. Se licua a baja velocidad hasta obtener una pasta.
3. Esta pasta, junto con las dos tazas de agua y una taza de azúcar, se pone a hervir en una olla hasta que su volumen se reduzca a una tercera parte; se agrega el azúcar restante, previamente mezclada con el ácido cítrico y la pectina.
4. La mezcla se mantiene al fuego hasta que tenga una consistencia muy viscosa (cuando al agitarla se vea el fondo del recipiente).
5. Durante todo el proceso esta jalea debe moverse constantemente.
6. El producto obtenido se moldea colocándolo dentro de botes de hojalata o moldes de lámina (como los que se utilizan para preparar gelatinas y pasteles) y se refrigera durante un día.
7. Posteriormente se saca del molde y estará listo para consumirse.

Algo más...

- Los ates elaborados mediante la técnica aquí descrita se conservan en perfectas condiciones durante tres meses en refrigeración.
- Para el moldeado del ate se pueden emplear latas de cualquier forma y tamaño. Únicamente se requiere que estén perfectamente limpias y secas al momento de vaciar el producto.
- Si se le dificulta desmoldar el ate, una vez que se ha enfriado lo puede colocar en baño María hasta que el producto salga fácilmente.



Cuando llega la primavera

En la República Mexicana, la primavera es la estación del año comprendida entre el 21 de marzo y el 21 de junio. Cuando llega esta temporada las plantas retoñan y florecen; se lleva a cabo la fecundación y los árboles forman nuevas capas de tejidos vivos debajo de sus cortezas.

En el campo, los agricultores empiezan a sembrar sus parcelas. Los animales de todas las especies se reproducen.

La primavera es una época llena de vida y de color: abundan las flores, los pájaros, las mariposas y las frutas y verduras, entre las que podemos encontrar fresa, guayaba, mango, naranja, limón, piña, toronja, en fin, una gran variedad que nos proporciona vitaminas y minerales.

Las verduras propias de esta temporada son jitomate, nopal, col, chayote, acelga, cebolla de rabo, ejote, espinaca, pepino, rábano y zanahoria, con las cuales tu mamá puede elaborar exquisitas sopas y ensaladas.

Además, el inicio de la primavera coincide con el nacimiento de Benito Juárez, quien fue presidente de México y estableció las Leyes de Reforma.

Por si fuera poco, cuando llega la primavera es momento también de las vacaciones, ya que la última semana de marzo es la Semana Santa, por lo que tenemos algunos días de descanso que podemos aprovechar para realizar muchas actividades.

Por ejemplo, puedes visitar con tu familia alguna de las riquezas turísticas que nos ofrecen todos los estados de la república. Si sales de viaje, recuérdale a tus papás que es necesario planear muy bien las vacaciones para disfrutarlas al máximo. Si el traslado es por carretera, no se te olvide pedirle a tu papá que revise el automóvil antes de salir y que maneje con precaución.

Por otra parte, si te quedas en casa, no te preocupes... ¡también puedes divertirte! Por ejemplo, visita el zoológico y los parques de tu comunidad, acude a los balnearios y centros recreativos cercanos, también puedes leer libros de aventuras, ayudarle a tus papás en las labores de la casa, jugar con tus amigos y, sobre todo, descansar.

Como puedes ver, la primavera es una estación que te brinda diversión. ¡Ponte listo y disfrútala!

Claudia Cerezo

a divina a divinador

Pequeño consumidor, considerando que la primavera es la estación más bella del año porque en ese periodo la naturaleza florece en todo su esplendor, te presentamos las siguientes adivinanzas relacionadas con esta temporada.

¡Encuentra la solución en la página 62!

1 Mis alas son de seda,
de miles de colores
y vuelo majestuosa,
jugando entre las flores.

2 Sus pétalos son amarillos
y giran mirando al sol,
y aunque es negra su carita
es una hermosa flor.

3 Por fuera es lisa y resbalosa,
por dentro fresca y jugosa;
es la fruta más patriota
pues es verde, blanca y roja.

4 Te doy fresca sombra,
te evito el calor,
y en mis ramas mezo
niditos de amor.

5 Tengo hojitas blancas,
gruesa cabellera,
y conmigo llora
toda cocinera.

Fuente: Rosa María García de Mejía, edits. Mundo Creativo y Limusa.

Qué hacer en Cuaresma

La Cuaresma es una temporada del año relacionada con aspectos religiosos, tradicionales y culturales, y en 1997 tendrá lugar durante el mes de marzo.

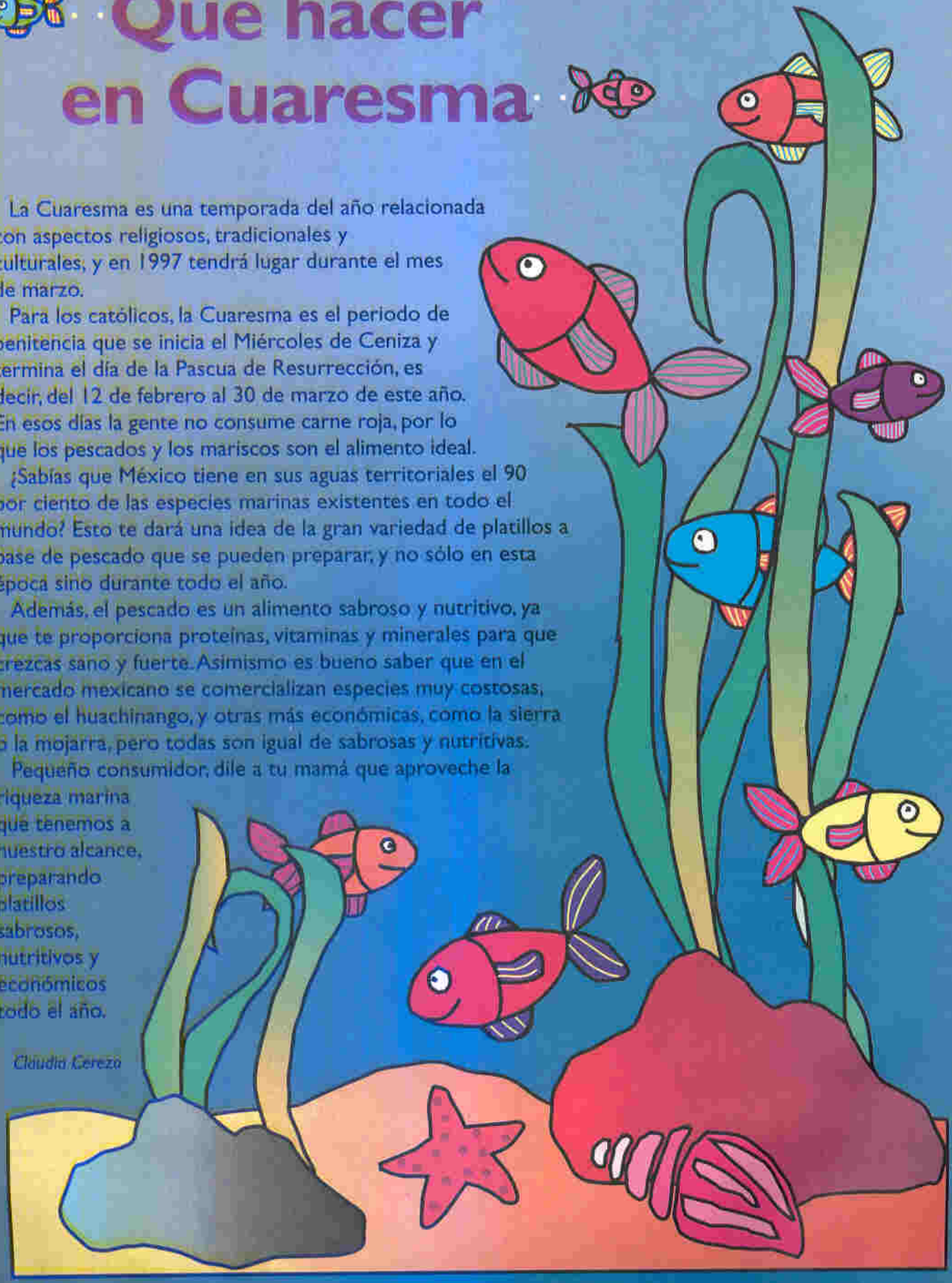
Para los católicos, la Cuaresma es el periodo de penitencia que se inicia el Miércoles de Ceniza y termina el día de la Pascua de Resurrección, es decir, del 12 de febrero al 30 de marzo de este año. En esos días la gente no consume carne roja, por lo que los pescados y los mariscos son el alimento ideal.

¿Sabías que México tiene en sus aguas territoriales el 90 por ciento de las especies marinas existentes en todo el mundo? Esto te dará una idea de la gran variedad de platillos a base de pescado que se pueden preparar, y no sólo en esta época sino durante todo el año.

Además, el pescado es un alimento sabroso y nutritivo, ya que te proporciona proteínas, vitaminas y minerales para que crezcas sano y fuerte. Asimismo es bueno saber que en el mercado mexicano se comercializan especies muy costosas, como el huachinango, y otras más económicas, como la sierra o la mojarra, pero todas son igual de sabrosas y nutritivas.

Pequeño consumidor, dile a tu mamá que aproveche la riqueza marina que tenemos a nuestro alcance, preparando platillos sabrosos, nutritivos y económicos todo el año.

Claudia Cereza



Respuestas de la página 61: 1 La mariposa 2 El girasol 3 La sandía 4 El árbol 5 La cebolla

Cómo aprovechar la pulpa de coco

Revista del Consumidor:

Por medio de la presente quiero felicitarlos por el vigésimo aniversario de su publicación. Soy una asidua lectora de sus reportajes, que nos ayudan a saber comparar y a comprar artículos de máxima calidad y mejor precio.

Quiero pedirles que sean tan amables de mandarme información acerca de la mejor forma de aprovechar la pulpa de coco para elaborar dulces, cocadas, limones rellenos de coco, etcétera. Estoy segura de que podré contar con ustedes; yo vivo en Acapulco y me gustaría elaborar los dulces tradicionales del lugar para poder recibir un ingreso.

Esperando contar con su ayuda se despide de ustedes una amiga y lectora.

Mirna Mejía Rodríguez
Calle Cocoteros núm. 54
Pie de la Cuesta
C. P. 39900
Acapulco, Gro.

Estimada Mirna

Le damos las gracias por los comentarios tan favorables que nos expresa en su carta. Respecto a la información que nos solicita sobre algunas recetas para elaborar productos a base de pulpa de coco, le informamos que ya han sido enviadas algunas recetas a su domicilio, mismas que esperamos le sean de mucha utilidad para las actividades que piensa emprender.

Atentamente
Sr. Miguel Ángel Reyes Mondragón
Nivel núm. 121
Colonia Lorenzo Boturini
Del. Venustiano Carranza
C. P. 15820
México, D. F.

(*) Carta resumida por la Redacción.

Reconocimiento a la labor informativa de PROFECO

Revista del Consumidor:

Aprovecho este espacio para ofrecer a usted y a su distinguido equipo de colaboradores un respetuoso saludo, reconocimiento y gratitud, por los diversos temas que tan profesionalmente publican en favor de quienes buscamos alternativas para que los limitados recursos con que contamos nos rindan más y beneficien a nuestras familias.

En una ocasión, en un programa del canal 40 de televisión, la conductora de PROFECO ofreció a los televidentes fórmulas para elaborar en casa productos para el aseo, tales como blanqueador, pino, etcétera; si este ofrecimiento está vigente, le suplico tenga a bien darme dicha información, indicándome el lugar donde las puedo adquirir, o de ser posible enviándolas al suscrito.

Tengo conocimiento de que cada misiva que ustedes reciben tiene respuesta expedita y amable, por tal motivo, anticipadamente agradezco y reconozco la atención dispensada a la presente.(*)

St. Reyes Mondragón

Quienes colaboramos en la **Revista del Consumidor** queremos manifestarle nuestro agradecimiento por el reconocimiento que hace a la labor profesional que llevamos a cabo, y más gusto nos da saber que la tarea desarrollada por esta publicación contribuye a que nuestros lectores pongan en práctica alternativas que beneficien y hagan rendir mejor los recursos económicos familiares.

Acerca de la información referente a las fórmulas para elaborar productos para el aseo, le notificamos que ya han sido enviadas por correo a su domicilio diferentes «Tecnologías domésticas», y le anexamos algunas más sobre otros temas. Quedamos de usted como sus atentos y seguros servidores.

Solicita información sobre aparatos electrónicos

Revista del Consumidor:

A través de esta carta deseo comunicarles que es muy satisfactorio recibir mes con mes su revista y los felicito por su labor y empeño.

Quisiera además pedirles dos favores:

1° Que me envíen el listado de las mejores marcas de televisores, estéreos y grabadoras, que publicaron recientemente en su revista.

2° Asimismo, información sobre el cuidado de: rosal, durazno, vid, manzano, cerezo y nochebuena (roja).

Gracias por su atención y me despido reiterándoles mi admiración por su trabajo en la **Revista del Consumidor** y por su programa de televisión.

Atentamente
Jesús Márquez Martínez
Calle San Felipe núm. 44
Colonia Nueva California II
C. P. 27089
Torreón, Coahuila

Estimado Jesús Márquez

Qué bueno que nuestros temas y reportajes sean de su agrado. En relación con la información que nos solicita sobre televisores, aparatos estereofónicos y grabadoras, así como lo relativo a los cuidados de algunas plantas, le informamos que ya hemos enviado a su domicilio diferentes reportajes que esperamos le resulten útiles.

Qué hay con la «uña de gato»

Revista del Consumidor:

Por mi conducto, el Voluntariado de Consejeros de la Tercera Edad «Cristo 2000» les solicita que se realice y publique una investigación seria y confiable sobre los beneficios reales que brinda el producto conocido como «uña de gato» (*uncaria tomentosa*), de procedencia peruana.

Esta información es indispensable porque mucha gente ha recurrido a esa opción confiando en los testimonios de un actor dominicano que asegura que dicha planta le ayudó a curarse de un cáncer de próstata; estas declaraciones son arriesgadas en tanto nuestras instituciones científicas y del Sector Salud no comprueben debidamente cuáles son las verdaderas propiedades del producto en lo que se refiere a la cura de ese mal.

Por otra parte existe una total anarquía con respecto a su precio comercial: el frasco con 60 cápsulas de 150 mg cuesta $ 210.00 en **Vida Vital**, $ 180.00 en **Nutricen**, $ 160.00 en **Pronamex**, y $ 120.00 en **Naturprodu**, pero algunas marcas importadas de E. U. tienen un precio de $ 58.00.

Es por ello que resulta esencial que su revista oriente al consumidor y lo alerte ante posibles fraudes o engaños, pues uno de los proveedores, incluso, proclama que su producto es el auténtico, el cual, por cierto, es el más costoso del mercado.

Esperamos que se tome en cuenta la presente denuncia, considerando el riesgo que este asunto puede representar para la salud de la comunidad.

Atentamente
Luis O. Esquivel A.
Voluntariado de Consejeros
de la Tercera Edad «Cristo 2000»
Calle Vid núm. 266
Colonia Nueva Santa María
C. P. 02800
México, D. F.

Sr. Luis O. Esquivel

Nos parece muy interesante el tema que propone a nuestra revista a nombre del Voluntariado que usted preside. Ciertamente resulta peligroso adquirir productos cuyas supuestas cualidades medicinales no están aún debidamente comprobadas y avaladas por las autoridades correspondientes. Estamos analizando la posibilidad de hacer un reportaje al respecto; le sugerimos mantenerse atento a nuestras siguientes ediciones.

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos
★ ★ ★ ★ ★

PROFECO utiliza los servicios de paquetería y envíos Estrella Blanca para distribuir en sus Delegaciones Federales la REVISTA DEL CONSUMIDOR

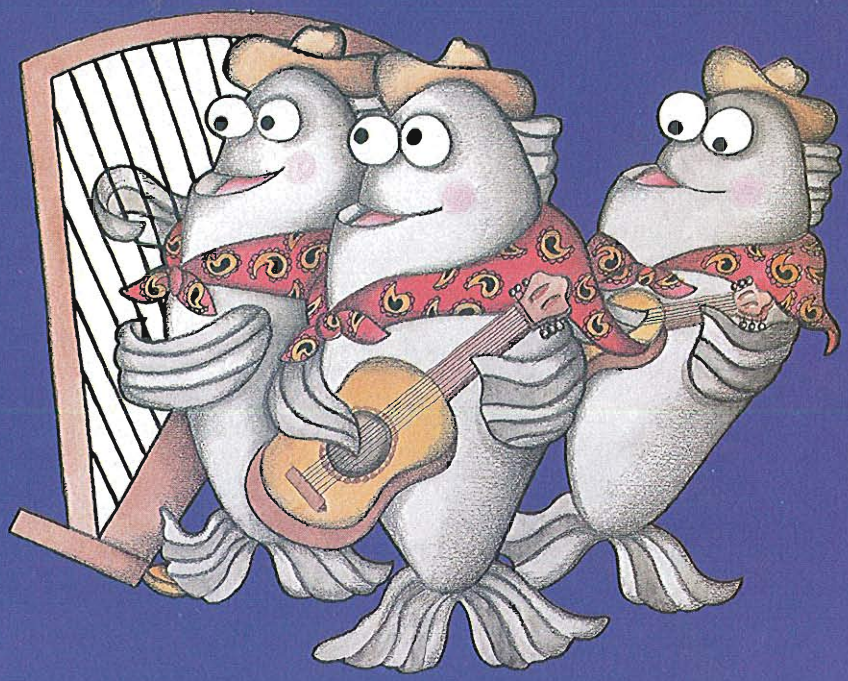
Recuerde que puede enviarnos sus cartas vía fax: 211•15•37

La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611•7379, 611•7523 ó 598•6781. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista; se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Se autoriza expresamente la reprodución total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, Col. Felipe Pescador, C.P. 06280 México, D.F.

¿Peca'o?



¡En Cuaresma, el *peca'o* es comer *pesca'o* caro habiendo tanto *pesca'o* sabroso y barato!

Busque las variedades baratas
que son tan sabrosas como las caras

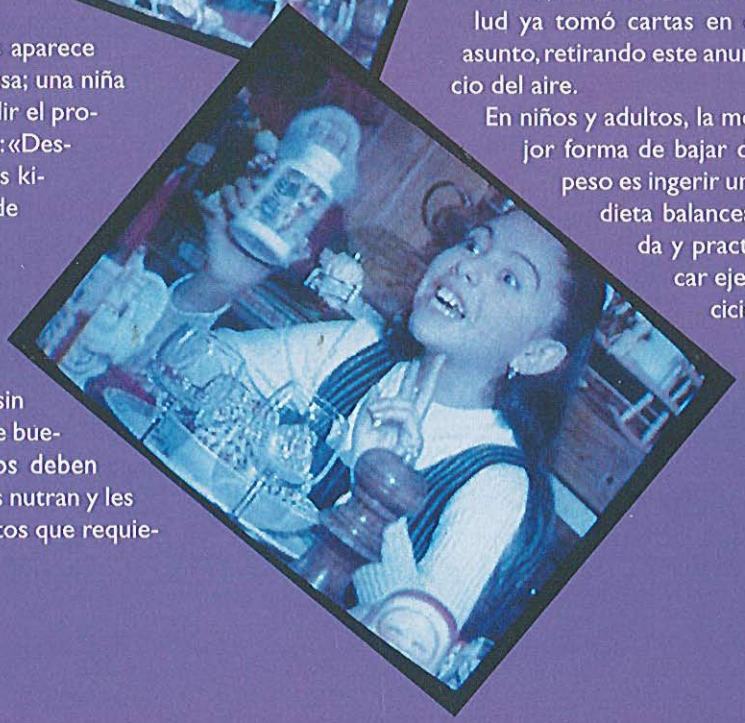
SECOFI
SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

canalmpes

CONGRESO DEL TRABAJO

SEMARNAP

¿Problemas de peso?



De acuerdo con uno de sus comerciales, los publicistas del producto Fattaché piensan que los niños deben bajar de peso y conservar la línea no mediante una buena alimentación, sino consumiendo su producto.

En el anuncio al que nos referimos aparece una familia sentada en torno a la mesa; una niña de aproximadamente 12 años, al pedir el producto a su mamá, exclama alborozada: «Desde que tomo Fattaché he bajado dos kilos de peso» mientras su hermano, de una edad similar, asegura que ya se tomó el suyo.

Distintos especialistas en alimentación y nutrición de nuestro país han expresado que la mejor forma de mantener el peso adecuado, sin importar la edad, es el aprendizaje de buenos hábitos alimentarios. Los niños deben aprender a comer productos que los nutran y les permitan obtener todos los elementos que requieren para su desarrollo.

Por otra parte, cuando se trata de niños con problemas de obesidad lo recomendable es que cualquier dieta sea prescrita por un médico, para evitar problemas de salud y desarrollo.

Más adelante se afirma que el producto «le ayudará a mejorar su digestión», aseveración que contradice la clasificación de este artículo como un complemento alimenticio y no un medicamento, por lo que no pueden atribuírsele cualidades terapéuticas.

De este modo, el comercial viola el artículo 7, título primero, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad, en el que se establece que la publicidad no es congruente con las características o especificaciones autorizadas cuando atribuya cualidades preventivas, terapéuticas, rehabilitatorias o de otra índole, que no correspondan a su función o uso autorizados.

Asimismo transgrede el artículo 10 del citado reglamento, el cual indica que la Secretaría de Salud no autorizará la publicidad en la que se afecte de cualquier manera o se ponga en riesgo la salud de los menores.

Cabe señalar que una vez comprobadas las irregularidades mencionadas, la Secretaría de Salud ya tomó cartas en el asunto, retirando este anuncio del aire.

En niños y adultos, la mejor forma de bajar de peso es ingerir una dieta balanceada y practicar ejercicio.

0 10722 90311 4

¿Cuál es el mejor reproductor de discos compactos?

Introducción

El esparcimiento es una necesidad humana que forma parte de nuestra vida cotidiana; entre las variadas actividades que nos brindan este descanso indispensable para el cuerpo y el espíritu encontramos que la música es un estupendo «bálsamo», capaz de confortar y estimular nuestro estado de ánimo.

En torno a la música ha surgido una enorme industria que se ha especializado y diversificado progresivamente. Así, por ejemplo, hoy existe un sector dedicado exclusivamente a la fabricación de aparatos de sonido, como los reproductores de discos compactos, que constituyen en el mundo y en nuestro país un verdadero filón que ya aglutina a una amplia variedad de marcas y modelos -nacionales e importados- que buscan obtener la preferencia del consumidor mexicano.

Con base en este contexto, el Laboratorio de Pruebas de Calidad de PROFECO se percató de la conveniencia de informar al público consumidor sobre la calidad, características, precio y funciones que presentan los distintos reproductores de discos compactos que se comercializan en nuestro mercado, a fin de orientarlo de una manera suficiente y objetiva en su decisión de compra.

¿Cómo se diseñó el estudio?

El análisis incluyó 34 modelos de equipos electrónicos de audio, denominados «reproductores de discos compactos», de 16 marcas, tanto de mesa tipo modular, como portátiles que funcionan con baterías (*discman*).

Las pruebas aplicadas se basaron en la NOM-001-SCFI-1993, «Aparatos electrónicos-aparatos electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica-requisitos de seguridad y métodos de prueba para la aprobación del tipo».

¿A qué pruebas fueron sometidos los aparatos?

- Información al consumidor
- Acabados
- Consumo máximo de potencia/baterías (número de baterías empleadas)
- Niveles de salida (acoplamiento con otros equipos)
- Relación señal/ruido (nitidez de audio)
- Separación de canales (calidad de estereofonía)
- Respuesta a una señal de impulso (fidelidad del audio)
- Prueba de impacto (resistencia contra golpes accidentales).

Los resultados parciales obtenidos por cada una de las marcas analizadas, así como la evaluación global de calidad se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información sobre el presente estudio lo invitamos a comunicarse a la Coordinación de Investigación a los teléfonos 544-20-60 ó 544-21-22, donde con gusto lo atenderemos.

Radiografía del compact disc

Una de las mejores alternativas que nos ofrece el desarrollo tecnológico es la de cambiar y/o instalar en nuestros viejos sistemas de audio, caseros o profesionales, un reproductor de discos compactos.

Sin embargo, la principal dificultad al seleccionar un sistema de este tipo es la gran diversidad de marcas y modelos que se comercializan en nuestro mercado: hay reproductores portátiles de baterías (*discman*) o de mesa tipo «modular»; también existen para varios discos, como los de «cartucho» o magazine, de «ruleta» y de «almacenamiento múltiple», que van desde tres hasta más de 50 discos compactos, los cuales además presentan una gran cantidad de funciones y características con las que sus fabricantes pretenden hacerlos más atractivos para el público consumidor.

Los sistemas de reproducción de disco compacto no tienen contacto con la unidad que están leyendo, debido a que dicho proceso se realiza a través de un haz de luz láser extremadamente fino que se conoce como «lector óptico» (unidad que consta del haz de luz láser y un grupo de lentes de enfoque) y de esta forma no ocurre ningún desgaste en el disco.

El disco compacto está formado por una base de material plástico con una superficie reflectora llamada «portador», en el que la información se imprime en forma de huecos o depresiones. Una vez grabada la información en el portador, se cubre con una capa protectora de material transparente. El disco es de una sola cara, con un diámetro de 120 mm.

Glosario de términos

Fader (desvanecimiento): esta función permite el aumento o disminución de la señal de salida del reproductor de discos compactos de una forma gradual, lo que hace posible realizar grabaciones en cinta sin que los temas comiencen o finalicen bruscamente.

File (archivos personalizados): sirve para preseleccionar las pistas que son del agrado del usuario (información de reproducción programada), a fin de reproducirlas automáticamente cuando ese disco se inserte en el reproductor. La información almacenada en dichos archivos se guarda en la memoria del reproductor de discos compactos.

Peak search (ajuste del nivel de grabación): se utiliza cuando se desea grabar la información de un disco compacto en un sistema de grabación de cinta magnética; este último cuenta con la opción de seleccionar el nivel de grabación, para lo cual el reproductor localiza el nivel más alto de los temas del disco compacto que van a grabarse, de forma que es posible ajustar previamente el nivel de grabación.

Playxchange (reproducción continua con cambio de disco): los equipos que cuentan con esta función (reproductores de más de un disco) permiten cambiar uno o varios discos de manera simultánea mientras otro se encuentra reproduciéndose.

Shuffle o Random (reproducción aleatoria): hace posible reproducir los temas en forma aleatoria.

Edición sincronizada: el reproductor crea automáticamente un programa que mantiene el orden original de los temas del disco.

Edición ajustada: el reproductor organiza automáticamente los temas para ajustarlos al tiempo de duración de la cinta en que se va a grabar.

Music scan o Intro scan (localizador de melodías): esta función permite escuchar en forma secuencial los primeros segundos de cada pista y, una vez que se localiza la melodía deseada, el rastreo se cancela oprimiendo la tecla *play* o *stop*.

Calendario musical: proporciona información sobre el número de pistas existentes en un disco, la pista que se está reproduciendo, las ya reproducidas y las restantes.

Auto space (autoespaciamiento): crea de manera automática un espacio entre melodías en la cinta en que se va a grabar, ya que en el disco compacto tienen espacios intermedios muy breves.

Resume (reanudación): cuando se selecciona esta función, antes de presionar la tecla *stop/power off*, el reproductor permanecerá en el punto en el que se detuvo la reproducción e iniciará nuevamente en dicho punto al presionar la tecla *play*.

DSP (procesamiento digital de señales): acentúa los tonos bajos o expande el sonido mediante un proceso de tiempo variable y de reverberación, según el tipo de música que se esté escuchando, para crear la ilusión de encontrarse en un estadio, una «disco» o una sala de conciertos.

Hold (bloqueador de botones): bloquea las teclas del reproductor portátil de discos compactos (*discman*) para evitar operaciones accidentales.

Program (programa): permite programar la secuencia deseada en que han de reproducirse las pistas de uno o varios discos.

Play mode, repeat (tipo de reproducción/repetición): con esta tecla selecciona la forma de reproducción de uno o varios discos compactos, es decir, la repetición de una o todas las melodías, reproducción sin repetición, o bien, reproducción aleatoria.

Anti-skip, disk skip o anti-shock (protección contra choque o salto): los reproductores de discos compactos portátiles que cuentan con esta función evitan la interrupción de audio a causa de golpes accidentales y le permiten al usuario activar o desactivar a voluntad la memoria digital de lectura posterior antes de ser decodificados y reproducidos; de esta manera, los datos almacenados en dicha memoria -que puede ser de 3 a 10 ms- seguirán siendo decodificados y reproducidos de forma continua, lo que da tiempo al lector óptico para estabilizarse y seguir leyendo nuevos datos, sin interrumpir la música.

AVLS *(automatic volume limiter system*/sistema automático de limitación del volumen): limita el volumen máximo en los *discman* sin degradar la calidad del sonido.

Set/remain (tiempo restante de reproducción): sirve para verificar el tiempo restante de reproducción del disco al presionar el botón durante la reproducción normal o en el modo de pausa.

Recomendaciones de uso

reproductores modulares o de mesa:

- Elija cuidadosamente el lugar donde va a instalar el aparato: debe estar libre de humedad, fresco y ventilado; asegúrese de que los rayos solares no incidan sobre él y manténgalo lejos de artefactos que provoquen zumbidos, como transformadores o motores.
- Antes de emplear su equipo por primera vez lea el manual de operación y mantenimiento a fin de que su aparato tenga un tiempo de vida mayor.
- No fuerce la bandeja al introducir o sacar un disco.
- No deje la bandeja abierta si no está utilizando el reproductor, para evitar que entre suciedad y polvo en el mecanismo.
- Mantenga limpia la lente de la unidad y no la toque, ya que puede dañarla.
- No coloque objetos pesados sobre el reproductor, ya que esto le puede provocar un daño permanente.
- Durante la operación de su equipo, no cubra las ranuras de ventilación con tela o plástico, ya que esto puede provocar un calentamiento excesivo de la unidad y un funcionamiento defectuoso o accidentes graves.
- Utilice un paño levemente humedecido para limpiar el aparato; no emplee solventes químicos pues dichas sustancias podrían deteriorar el acabado del equipo.
- Nunca desarme la unidad: el rayo láser (lector óptico) puede afectar su vista.
- Si accidentalmente se vierte algún líquido en el reproductor, apáguelo y desconéctelo inmediatamente y haga que lo examine personal especializado antes de volver a utilizarlo.
- Si no piensa usar su equipo reproductor durante un periodo largo, es conveniente desconectarlo de la fuente de alimentación.
- Al colocar los discos, asegúrese de que no estén fuera de lugar porque pueden rayarse o atrofiar el sistema lector.
- Algunos aparatos tienen un seguro para transporte colocado en la parte inferior o posterior -el cual protege los sensibles mecanismos del lector-; retírelo de la forma en que lo indica el instructivo y guárdelo en un lugar donde pueda localizarlo posteriormente, puesto que al transportarlo seguramente lo requerirá.

discos compactos

Los discos sucios, doblados o con rayaduras provocan un mal funcionamiento en su reproducción, por lo que a continuación le brindamos algunas sugerencias para su correcta manipulación:

- Manipúlelos únicamente tomándolos por los bordes para no ensuciar su superficie.
- Después de utilizarlos guárdelos en su estuche para evitar rayaduras en su superficie de lectura, ya que esto causa interrupciones del audio en la reproducción de los discos.
- No los exponga directamente a los rayos solares, a altas temperaturas ni a la humedad excesiva, porque dichas condiciones pueden dañarlos permanentemente.

reproductores portátiles (discman)

- Si necesita usar un adaptador de alimentación de corriente alterna (CA) solamente emplee el que se suministra con el equipo; en caso de que el aparato no cuente con él, opte por uno que tenga las características de tensión de funcionamiento (V), consumo de energía (mA) y polaridad del conector de alimentación que se describen en la placa de identificación.
- Para desconectar el adaptador o el cable de alimentación del tomacorriente, tire del adaptador o del cuerpo de la clavija respectivamente.
- Si utiliza los auriculares, procure escucharlos a un volumen bajo, pues los especialistas explican que emplearlos continuamente o con volumen demasiado alto puede provocar daños irreversibles al oído.

Recomendaciones de compra

- Compruebe que el equipo que desea comprar realmente tenga las características que satisfacen sus necesidades.
- Si el reproductor es para su hogar, verifique que sus dimensiones sean las adecuadas para el lugar donde ha pensado instalarlo, sin olvidar que es conveniente que el equipo esté ventilado y alejado de los rayos directos del sol.
- Si el aparato que usted seleccionó es portátil, recuerde que los modelos que cuentan con protección al impacto son los más recomendables, sobre todo si se van a utilizar en superficies con constante vibración, como un automóvil.
- Antes de adquirir un reproductor tipo modular es necesario que sepa a qué equipo lo va a conectar -acoplamiento de señal-, a fin de que la calidad de audio no desmerezca.
- Si su amplificador posee entrada para señal óptica o digital -incluidas las entradas típicas «RCA»-, es recomendable que adquiera un reproductor con el mismo tipo de salida, para que al conectarlos el acoplamiento sea directo y la señal se reciba perfectamente.
- Existen reproductores de bandeja sencilla (para un solo disco), tipo «carrusel», magazine, de transportación «radial» y de «banco». El reproductor con bandeja sencilla es recomendable cuando usted escucha sus discos compactos por periodos cortos; en cambio, los demás equipos tienen capacidades de almacenamiento de tres a siete discos, por lo que permiten reproducciones continuas por varias horas.
- Los reproductores con capacidades de almacenamiento mayores a siete discos -hasta 50 discos o más- son convenientes cuando se desea almacenar una gran cantidad de discos o para un lugar comercial.
- Finalmente, si a usted le gusta escuchar sus discos en privado, le sugerimos que adquiera un equipo con salida para audífonos y control de volumen para los mismos.

Para reproductores portátiles de disco compacto (*discman*):

- Si lo quiere escuchar en su autoestéreo es recomendable adquirir uno con corrección de vibración o golpes accidentales. Pero recuerde que esta función sólo debe usarse en forma eventual; asimismo, asegúrese de que posea salidas y accesorios para interconectarlo con el estéreo del automóvil.
- Puede elegir entre reproductores con capacidad para recargar baterías o los que emplean pilas normales (alcalinas o de zinc-carbón); los primeros son un poco más caros, pero evitan la molestia de comprar y cambiar constantemente las pilas.
- Nunca conecte bocinas ni otros aparatos en la salida para audífonos. Si requiere acoplar su aparato a otros equipos, adquiera uno que tenga salidas para bocinas o amplificador.
- Algunos reproductores tienen funciones para reforzar los bajos de la señal reproducida, o bien, procesar la señal por medios digitales. Adquiera aquel que realmente satisfaga sus requerimientos; pruébelo y escúchelo en sus diferentes funciones.
- Compre su aparato en establecimientos donde le proporcionen garantía y la dirección de los centros de servicio en los que pueda hacerla efectiva.
- Prefiera aquellos aparatos con sistema de seguro de botones (para no oprimirlos en forma accidental) y con sistema de limitación del nivel de audio para evitar cambios de volumen en forma involuntaria.

Tipo modular, para un solo disco compacto

Marca Modelo Origen	Precio	Evaluación global	Características	Observaciones
Sony XA3ES Japón	6,945.00	96	b,c,d,e,f,h,j, k,l,m,n,o	Presenta excelente calidad de audio, facilidad de manejo y capacidad de absorber golpes accidentales ligeros.
Luxman D355 China	3,400.00	96	b,c,d,e,f, h,i,j,l,n	Presenta buena calidad de audio, facilidad de operación y programación.
Yamaha CDX490 Malasia	1,999.00	90	b,c,e,f,h,i,j, l,m,n,o	Presenta buena calidad de audio, facilidad de programación y capacidad de absorber golpes accidentales ligeros.
Onkyo DX-7210 Malasia	3,400.00	86	b,e,f,h, j,l,m,n	Presenta buena calidad de audio, excelente nivel de señal para audífonos y facilidad de operación.
Teac CD-P1100 China	1,199.00	86	b,c,d,e,j,l,n	Presenta buena calidad de audio y facilidad de operación.

Características:

a Playxchange: Continúa reproduciendo el audio durante el cambio de discos.
b Shuffle: Reproducción al azar de las pistas de un disco.
c Reproducción programada: Reproducción de pistas de forma preestablecida.
d Music Scan: Reproduce los primeros segundos de cada pista.
e Reproducción repetida de toda la pista.
f Reproducción repetida de todo un disco.
g Reproducción repetida de varios discos.
h Edición: Permite ajustar automáticamente la duración de las pistas para evitar la grabación de melodías incompletas.
i Salida digital óptica: Sirve para conectarse a otros equipos sin alterar la calidad de la señal.
j Salida para audífonos.
k Función archivo (file): Brinda la posibilidad de preseleccionar las pistas de un disco, mismas que serán reproducidas cada vez que éste se inserte.
l Acceso directo a una melodía.
m Peak Search: Localiza el nivel más alto de los tonos del disco que va a grabar para ajustar el nivel de grabación de la casetera.
n Control de volumen de la salida de audífonos.
ñ Nivel de intensidad de luz de la pantalla (display).
o Introducción de autoespacios: Produce espacios de silencio mayores entre las melodías.
p Baterías recargables.
q Hold (seguro de botones): Bloquea los botones para evitar operaciones accidentales.
r Resume: Reinicia la reproducción en la pista donde se detuvo.
s Reforzador de bajos (bass): Enfatiza los sonidos de frecuencia bajos.
t Salida para amplificador: Salida con nivel de señal fija.
u Protección contra choque: Asegura una reproducción continua ante las vibraciones externas.
v AVLS: Limita el volumen máximo del aparato.
w Autoapagado(Shut off): Cada vez que termina un disco el aparato se apaga automáticamente.
x Botón expulsor del disco (Push).
y Resistente a las salpicaduras de agua.
z Indicador del estado de las baterías.

1 Adaptador p/tocacintas de automóvil.
2 Adaptador p/encendedor de cigarrillos.
3 Audífonos.

De 2 a 7 CD´s

Marca Modelo Origen	Precio	Evaluación global	Capacidad C.D.	Características	Observaciones
Yamaha CDC-755 Malasia	2,219.00	98	5	a,b,c,d,e,f,g h,i,j,l,m,n,ñ,o	Presenta excelente calidad de audio. En el aspecto de programación muestra cierta dificultad. Tiene salida de control de volumen para audífonos, tres niveles de iluminación en el display, programación de autoespacios que brinda mayor tiempo entre melodías.
Nakamichi MB-3S China	5,800.00	96	7	b,c,e,f,g,h j,l,n	Presenta excelente calidad de audio, el control de volumen de audífonos tiene buen nivel de salida, es sencillo de operar y programar. Muestra ligeras variaciones para soportar vibraciones externas.
Sony CDP-325M Japón	2,499.00	90	5	b,c,d,e.f.i,j, l,m,n,ñ	Presenta excelente calidad de audio y en la corrección en reproducción para soportar las vibraciones, la salida digital óptica permite manejar la señal sin alterarla, es fácil de programar.
Denon DCM-360 China	2,920.00	90	5	b,c,e, f,g,j,l	Presenta excelente calidad de audio y facilidad de operación en todas sus funciones.
Onkyo DX-C530 Malasia	3,135.00	90	5	b,c,d,e,f, g,k,l,m	Presenta excelente calidad de audio y soporta bien las vibraciones externas. Tiene reproducción repetida de varios discos y función archivo (file), la cual permite guardar pistas para reproducirlas después.
Teac PD-D1200 China	1,699.00	90	5	a,b,c,d, e,f,g,l	Presenta excelente calidad de audio y soporta bien las vibraciones externas.
Kenwood DP-R4080 Singapur	1,970.00	88	5	a,b,c,e,f, h,j,l,n	Presenta buena calidad de audio. Entre sus características sobresalen: cambio de disco mientras se reproduce una pista, sincronía de grabación, salida para audífonos y ajuste del nivel de salida de los mismos.
Yamaha CDC-655 Malasia	2,570.00	88	5	a,b,c,d,e,f,g, h,i,j,l,m,n,o	Presenta buena calidad de audio. Tiene ligeras variaciones para la corrección de golpes accidentales. Incluye cambio de disco mientras se reproduce una pista, reproducción repetida de varios discos, sincronía de grabación, salida digital óptica, salida para audífonos, búsqueda del nivel de grabación, control del nivel de salida para audífonos e introducción automática de espacios para aumentar el tiempo entre melodías.
Yamaha CDC-555 Malasia	2,299.00	88	5	a,b,c,d,e, f,g,h,l	Presenta buena calidad de audio y resiste golpes accidentales leves. Además de las cualidades del modelo anterior tiene: reproducción continua al cambio de un disco y localizador de melodías.
Sony CDP-C345M Malasia	2,571.00	85	5	a,b,c,d,e, f,g,h,l,m	Presenta buena calidad de audio y soporta bien las vibraciones externas. Además de las cualidades del primer modelo Yamaha, incluye búsqueda del nivel máximo de la señal, que resulta muy útil al grabar de compact disc a casete.
Denon DCM-260 China	2,480.00	85	5	b,c,e,f,g,j,l	Presenta buena calidad de audio y soporta bien las vibraciones externas. Tiene reproducción repetida de varios discos y salida para audífonos.

Tipo modular, con capacidad de más de 7 CD's

Marca Modelo Origen	Precio	Evaluación global	Capacidad C.D.	Características	Observaciones
Fisher DAC-1506 Malasia	3,335.00	96	150	a,b,c,d,e,f, g,h,i,j,l,m	Presenta excelente calidad de audio y facilidad de operación y programación.
Sony CDP-CX153 Japón		90	100	b,c,e,f, g,i,k,l	Presenta facilidad de operación, programación y colocación de discos.
Fisher DAC-6006 Malasia	2,499.00	86	60	b,c,d,e, f,g,h,l	Presenta buena calidad de audio. Se dificulta ligeramente su programación y el aparato interrumpe la reproducción cada vez que se introduce o se retira un disco.
Fisher DAC-2406 Malasia	1,999.00	86	24	b,c,d,e,f,g,l	Presenta buena calidad de audio. Se dificulta ligeramente su programación y el aparato interrumpe la reproducción cada vez que se introduce o se retira un disco.
Pioneer PD-F705 Japón	2,970.00	80	25+1	b,c,e,f,i,j,k	Presenta buena calidad de audio. Se dificulta ligeramente su operación y programación.
Teac PD-X100 China	4,500.00	77	100+1	b,c,d,e,f,g,l	Presenta buena calidad de audio. Tiene una deficiente programación para archivar discos y operación.

Portátiles (*discmans*)

Marca Modelo Origen	Precio	Evaluación global	Fidelidad de audio	Evita que se pierda la pista por golpes o brincos	Costo por C.D. reproducido ($)	No. de pilas "AA" que emplea	Peso del eq. sin batería (g)	Características	Observaciones
Philips AZ7268/01 China	1,300.00	94	E	NO	2.0	2	250	b,c,d,e,f, p,q,r,s,t,	Presenta excelente calidad de audio. Incluye un par de bafles con amplificador integrado y reproduce seis discos de forma continua. Cuenta con juego de accesorios para autoestéreo y tiene la capacidad de recargar pilas.
Philips AZ7261/01 China	980.00	94	E	NO	2.0	2	250	b,c,d,e,f, p,q,r,s,t,	Presenta excelente calidad de audio. Reproduce seis discos de forma continua, tiene la capacidad de recargar pilas.
Sony D-151 Malasia	972.00	92	B	SI	1.5	2	250	b,c,d,e,f, p,q,s,t,v	Tiene un juego de accesorios para automóvil. Reproduce ocho discos de forma continua. El consumo de pilas aumenta hasta el doble con la función antichoque.

Continúa

Continúa

Portátiles (*discmans*)

Marca Modelo Origen	Precio	Evaluación global	Fidelidad de audio	Evita que se pierda la pista por golpes o brincos	Costo por C.D. reproducido ($)	No. de pilas "AA" que emplea	Peso del eq. sin batería (g)	Características	Observaciones
Sony D-242 CK Malasia	1,515.00	91	B	SI	2.0	2	257.5	b,c,d,e,f, p,q,r,s,t u,v	Su sistema de protección contra choque es de tres segundos (pero aumenta el consumo de pilas hasta el doble), tiene salida para amplificador y juego completo para adaptarlo al estéreo del automóvil; reproduce seis discos de forma continua. Cuenta con un juego de accesorios para automóvil y capacidad de recargar pilas.
Fisher PCD-6300 Malasia	1,408.00	90	B	SI	1.4	2	240	b,c,d,e,f, p,q,t,u,w	Presenta protección contra choque, seguro de botones, sistema de limitación de volumen, autoapagado y juego completo para adaptarlo al estéreo del automóvil; reproduce 8.5 discos de forma continua.
Sony D-142 CK Malasia	1,291.00	90	B	SI	1.5	2	250.8	b,c,d,e, f,p,q s,t,v	Presenta reforzador de bajos, sistema de limitación de volumen y juego completo para adaptarlo al estéreo del automóvil; reproduce ocho discos de forma continua. El consumo de pilas aumenta hasta el doble con la función antichoque.
Panasonic SL-SW202 Japón	1,595.00	89	B	NO	2.4	2	357	b,c,e,f, q,r,s,t u,w,x,y	Es resistente a salpicaduras de agua, incluye botón expulsor de discos, sistema antigolpes, autoapagado y reforzador de bajos; reproduce cinco discos de forma continua.
Sanyo CDP-150 China	1,139.00	88	B	NO	1.5	2	323	c,e,f, p,s,t,w	Presenta reforzador de bajos y autoapagado; reproduce ocho discos de forma continua.
Prestige CDK-15R H. Kong	719.00	88	B	NO	1.7	2	257.8	b,c,d,e, f,o,s,t	Incluye seguro de botones, reforzador de bajos y salida para amplificador; reproduce siete discos de forma continua.
Teac PD-P30 Japón	1,219.00	88	B	SI	2.8	4	320	b,c,d,e, f,q,s,t	Tiene reforzador de bajos y salida para amplificador; reproduce 8.5 discos de forma continua. El consumo de pilas aumenta al doble con la función antichoque.
Aiwa XP-220 China	1,079.00	85	B	NO	1.5	2	292	b,c,e,f,p, q,r,s,w	Incluye autoapagado y reforzador de bajos; reproduce ocho discos de forma continua.
Aiwa XP-33 China	1,048.00	84	B	SI	3.4	4	322	b,c,e,f, q,r,s,t,w	Cuenta con sistema antichoque por amortiguamiento de aceite (no eléctrico), el cual no aumenta el consumo de pilas pero no es muy eficiente, autoapagado y salida para amplificador; reproduce siete discos de forma continua.
JVC XL-P41BK Japón	1,600.00	81	B	NO	3.7	4	270	b,c,d,e,f, p,q,s,t,w	Presenta autoapagado, juego completo para adaptarlo al estéreo del auto y reforzador de bajo; reproduce 6.5 discos de forma continua.

E = Excelente ***B = Bueno***

Reporte especial

Antes de comprar un walkman...

Gracias a las nuevas tecnologías en el ámbito de la electrónica y a las ideas innovadoras de algunos fabricantes para satisfacer las inquietudes de las nuevas generaciones de consumidores, surgieron para comodidad y placer de los amantes de la música los reproductores de audio portátiles, mejor conocidos como *walkmans*.

Hoy día, el mercado nacional se ve inundado por diversas marcas y modelos, los cuales presentan diferentes calidades y características funcionales.

Por lo anterior, el Laboratorio de Pruebas de Calidad de PROFECO se dio a la tarea de realizar un amplio estudio de calidad de *walkmans*, para dar a conocer al público en general su calidad, características y precio.

¿Qué características tuvo el estudio?

La investigación incluyó aparatos de importación que el consumidor puede conseguir en el mercado nacional. Con base en este criterio se seleccionaron 33 modelos de las 13 marcas más representativas.

Las pruebas aplicadas tuvieron como base las siguientes normas: NMX-I-137-1988 -«Aparatos reproductores y/o grabadoras de sonido con cinta magnética contenida en casetes. Especificaciones y métodos de prueba»- y NMX-I-47-1983 -«Productos electrónicos-casetes».

Los aspectos evaluados a través de diferentes pruebas fueron:

-Información al consumidor
-Facilidad de operación
-Consumo de pilas
-Potencia de audio de salida por canal
-Recepción del radio
-Calidad del reproductor de cintas
-Características

Los resultados parciales y las evaluaciones globales obtenidas por cada aparato aparecen en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información respecto al presente estudio, lo invitamos a llamar a la Coordinación General de Investigación a los teléfonos 544-20-60 ó 544-21-22, donde con gusto lo atenderemos.

Recomendaciones

de compra

- Compare las características y funciones que ofrecen los distintos modelos. Para ahorrar, elija el aparato que se ajuste a sus necesidades y que incluya sólo las funciones que realmente piensa utilizar.
- Compre su reproductor portátil en tiendas establecidas donde le proporcionen garantía, instructivo de operación y factura.
- Verifique que la garantía indique la vigencia, las condiciones para hacerla válida y las direcciones de los centros de servicio que existen en el país.
- Antes de adquirir el aparato pruebe todas sus funciones y si encuentra alguna falla solicite otro modelo, o bien, si ya lo compró, haga válida su garantía.

de uso

- Antes de operar su reproductor, lea cuidadosamente el instructivo de uso.
- Siempre emplee las baterías recomendadas por el fabricante, que sean nuevas y todas de la misma marca. No combine pilas nuevas con usadas.
- No le conecte ningún tipo de audífono diferente al que requiere su *walkman*; los hay de 16 y 32 ohms. Si necesita comprarle audífonos nuevos, asegúrese de que sean los recomendados por el fabricante.
- No conecte bocinas externas a la salida especial para audífonos -a menos que el fabricante indique lo contrario-, puesto que puede dañar permanentemente su equipo en la etapa de potencia de salida.
- Si no va a utilizar su reproductor portátil por un tiempo prolongado será necesario que le retire las pilas.
- Nunca lo limpie con solventes o detergentes, únicamente emplee un paño húmedo.
- No aplique lubricantes o alguna otra grasa que pueda derramarse en el interior del aparato.
- Al sintonizar estaciones de AM gire el aparato hasta que la recepción sea aceptable. Para el caso de FM recuerde que en algunos modelos el cordón de sus audífonos funciona como antena para mejorar la recepción -esto lo indica el fabricante-, para ese efecto desenróllelo completamente.
- Emplee cintas de audio en buen estado y de marcas reconocidas para asegurar una mayor vida útil del *walkman*.

Glosario

Walkman: aparato reproductor de audio totalmente portátil que funciona normalmente con pilas y que es capaz de reproducir el audio contenido en un casete grabado o de sintonizar estaciones de radio en AM o FM, el cual cuenta con auriculares estereofónicos (audífonos).

AM (Amplitud Modulada): se refiere a la banda de radiodifusión comercial que utiliza la modulación en amplitud en la señal que envía a la atmósfera y que puede ser recibida y reproducida por cualquier equipo de radio.

FM (Frecuencia Modulada): se refiere a la banda de radiodifusión comercial que utiliza la modulación en frecuencia en la señal que envía a la atmósfera y que puede ser recibida y reproducida por cualquier equipo de radio.

FM estéreo: la señal de FM estéreo tiene la particularidad de transmitir en forma separada los diferentes sonidos de una sola grabación en las dos bocinas del equipo (audífonos).

Reforzador de graves (Superbass): se emplea para aumentar el nivel de la señal de salida de audio de bajas frecuencias.

Reductor de ruido (Noise Reductor o Dolby NR): es un circuito que ayuda a eliminar los sonidos inherentes (como el sonido eléctrico y la estática) al proceso de grabación y reproducción de audio en cintas magnéticas.

Ecualizador: circuito que permite modificar el nivel de salida de un sonido en cierta frecuencia prefijada con respecto a las demás, lo que produce un efecto de aumento o disminución en la intensidad del mismo.

Potencia de consumo: es la cantidad de energía máxima que demanda el aparato al suministro de energía (pilas o eliminador de baterías) para funcionar adecuadamente.

Potencia musical de salida: es la capacidad máxima del amplificador para reproducir una señal aplicada a su entrada, sin que ésta se distorsione respecto al patrón original.

Sistema automático de limitación de volumen (AVLS): cuando se activa limita el volumen máximo al que puede reproducir el *walkman* sin degradar la calidad del sonido.

Con sintonizador digital, autorreversible de cinta

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
Philips AQ6548 China	1	635	92	1.00	B, C, I	Presenta excelente calidad de audio y facilidad de operación. Reproduce casetes hasta por nueve horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas, cuenta con reforzador de bajos y memorias para almacenar estaciones de radio.
Sony WM-FX423 Malasia	1	682	89	1.10	A, B, C, D, F, G, I, K	Presenta excelente calidad de audio y facilidad de operación. Reproduce casetes hasta por ocho horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas, tiene sistema automático de limitación de volumen y reloj.
Philips AQ6549/01Z China	1	780	88	0.96	B, C, F, G, H, I, J, K	Presenta buena calidad de audio y facilidad de operación. Reproduce casetes hasta por 9.5 horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas y cuenta con sistema de reducción de ruidos (Dolby NR).
Sony WM-FX425 Malasia	1	733	85	1.41	A, B, C, D, F, G, I, J, K	Presenta buena calidad de audio y facilidad de operación. Reproduce casetes hasta por 6.5 horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas. Incluye tecla de reembobinado, reforzador de bajos y reloj.
Teac PP-60 Corea	1	179.65	83	1.14	B, C, F, I, K	Presenta buena calidad de audio. Su operación resulta difícil. Reproduce casetes hasta por ocho horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas, cuenta con reforzador de bajos y memorias para preseleccionar estaciones de radio.
Firstline BL 755 China	1	380	83	1.20	B, C, F, I, K	Ofrece facilidad de operación. Muestra una regular recepción de estaciones de radio. Reproduce casetes hasta por 7.5 horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas, cuenta con reforzador de bajos y memorias para preseleccionar estaciones de radio.
Koss PP230 China	1	820	83	1.14	B, F, I, K	Presenta buena calidad de audio y facilidad de operación. Reproduce casetes hasta por ocho horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas, cuenta con reforzador de bajos.

Características:

- **A** Sistema automático de limitación de volumen (AVLS).
- **B** Reforzador de bajos (bass).
- **C** Interruptor FM mono-estéreo.
- **D** Selector de tipo de cinta (normal y cromo-metal).
- **E** Ecualizador.
- **F** Tecla de reembobinado.
- **G** Reloj.
- **H** Alarma.
- **I** Display (pantalla).
- **J** Reducción de ruidos (Dolby NR).
- **K** Memorias para almacenar estaciones de radio.
- **L** Bocinas externas.

walkmans

Sin radio (solamente reproductores)

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
Sony WM-EX122 Malasia	1	295	89	1.14	A, B, C, D, F	Tiene excelente calidad del reproductor y facilidad de operación; su potencia de audio es regular. Reproduce ocho casetes de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, cuenta con sistema automático de limitación de volumen, reforzador de bajos y selector del tipo de cinta (normal y cromo-metal).
Firstline BL 715 China	1	150	80	1.09	B, F	Presenta buena facilidad de operación, y calidad del reproductor y potencia de audio regulares. Reproduce ocho casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas e incluye reforzador de bajos.

Con sintonizador analógico, autorreversible de cinta

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
Philips AQ6546/01Z China	1	400	92	0.72	B,C,E,F	Presenta buena potencia de audio, excelente reproducción de casetes y recepción de radio, así como facilidad de operación. Reproduce 12.5 casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas e incluye reforzador de bajos y ecualizador.
Casio AS-301 China	1	329	88	1.04	B,F	Muestra una excelente calidad del reproductor y potencia de audio; buena recepción de radio y facilidad de operación. Reproduce 8.5 casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas e incluye ecualizador.
Sony WM-FS397 China	1	803	85	1.04	A,B,C,D,F	Tiene excelente recepción de radio y facilidad de operación; buena potencia de audio y calidad del reproductor. Reproduce 8.5 casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, presenta sistema automático de limitación de volumen, reforzador de bajos y selector del tipo de cinta (normal y cromo-metal).
Sanyo MGR-740 China	90 días	389	84	1.09	B,E,F	Presenta excelente recepción del radio; buena calidad del reproductor, potencia de audio y facilidad de uso. Reproduce ocho casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, cuenta con reforzador de bajos y ecualizador.
Sony WM-FX323 Malasia	1	449	83	1.09	A,B,D,F	Muestra excelente recepción del radio y facilidad de operación; la calidad de reproducción es buena y la potencia de audio regular. Reproduce ocho casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, incluye limitación automática de volumen, reforzador de bajos y selector de tipo de cinta (normal y cromo-metal).
Casio AS-320R Japón	1	440	82	1.14	C,E,F	Presenta buena potencia de audio, recepción del radio, facilidad de operación y calidad del reproductor. Reproduce nueve casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y cuenta con ecualizador.
Firstline BL 745 China	1	225	81	1.04	B,C,F	Presenta buena potencia de audio, calidad del reproductor y facilidad de operación; su recepción de radio es regular. Reproduce ocho casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas e incluye reforzador de bajos.

Con sintonizador analógico

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
Philips AQ 6542/01Z China	1	250	88	9.88	B,C,F	Presenta excelente calidad de recepción del radio. Reproduce hasta 10.5 casetes de una hora en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y cuenta con reforzador de bajos.
Aiwa TA-163 China	1	309	86	1.09	B,C,D,F	Ofrece excelente recepción del radio. Reproduce ocho casetes de una hora en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, tiene reforzador de bajos y selector del tipo de cinta (normal y cromo-metal).
Sony WM-FX121 Malasia	1	378	85	1.09	A,C,D,F	Presenta excelente calidad de reproducción. Tiene ciertos problemas en la recepción de algunas estaciones de radio. Reproduce 6.5 casetes de una hora en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y cuenta con reforzador de bajos y selector del tipo de cinta (normal y cromo-metal).
Casio AS-201R China	1	229	85	1.33	B	Muestra excelente fidelidad en la reproducción. Presenta problemas para sintonizar las estaciones iniciales y finales de amplitud modulada. Reproduce 6.5 casetes de una hora de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y tiene reforzador de bajos. Presenta excelente reproducción.
Radio Shack SCP-66 China	90 días	254.90	85	1.00	B	Reproduce nueve cintas de una hora de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y tiene reforzador de bajos.
Radio Shack SCP-59 China	90 días	320	80	1.33	B	Ofrece buena calidad de reproducción. Presenta problemas para sintonizar las estaciones iniciales y finales de la banda de amplitud modulada. Reproduce 6.5 casetes de una hora de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y cuenta con reforzador de bajos.
Sharp JC-180X No indica	6 meses	260	80	1.50	C	Tiene ligeras fallas de reproducción. Reproduce seis casetes de una hora de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas.
Radio Shack SCP-74 China	90 días	410	78	0.96	B,C,D,F	Presenta buena potencia de salida. La señal se distorsiona, lo que demerita la calidad de audio en el reproductor de cintas. Reproduce 9.5 casetes de una hora de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, incluye reforzador de bajos y selección del tipo de cinta (normal y cromo-metal).
Sanyo VIP-3 China	1	250	77	1.14	B	Presenta ligeros problemas en la recepción de las estaciones iniciales y finales de amplitud modulada. Reproduce ocho casetes de una hora de forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas y cuenta con reforzador de bajos.

continua...

walkmans

...continua

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
Radio Shack SCP-47 China	90 días	249	76	1.41	C	Muestra variaciones de la velocidad en la reproducción, lo que distorsiona la calidad de audio. Reproduce 6.5 casetes de una hora en forma, utilizando un par de pilas alcalinas.
Radio Shack SCP-54 China	90 días	450	76	1.50	C,F	Muestra variaciones de la velocidad en la reproducción, lo que distorsiona la calidad de audio. Reproduce seis casetes de una hora en forma, utilizando un par de pilas alcalinas.
Gpx C3072 China	1	250	75	1.41	No presenta	Presenta buena potencia de audio, la calidad del reproductor, la recepción del radio y la facilidad de operación son regulares. Reproduce 6.5 casetes de una hora en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas.
Gpx C3202D China	1	269	73	1.84	No presenta	Presenta potencia de audio, calidad del reproductor, recepción del radio y facilidad de operación regulares.
Nakazaki 2048 China	1	239	68	1.20	E, L	Reproduce cinco casetes de una hora en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas.

Con sintonizador digital

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
Sony WM-FX221 Malasia	1	566	87	1.20	A, B, C, D, F, G, I, J, K	Presenta excelente calidad de audio y facilidad de operación. Reproduce casetes hasta por 7.5 horas continuas, utilizando un par de pilas alcalinas, ofrece sistema automático de limitación de volumen y reloj.
GPX C3172 China	1	569	77	1.20	B, C, F, G, K	Presenta buena calidad de audio y facilidad de operación regular. Reproduce casetes hasta por 7.5 horas, utilizando un par de pilas alcalinas e incluye reloj y reforzador de bajos.

Grabadoras/reproductoras (sin radio)

Marca Modelo Origen	Garantía (años)	Precio	Evaluación global	Costo de reproducción por cinta de 1 hora ($)	Características	Observaciones
General Electric 3-5368 Indonesia	1		85	0.77	F, L	Presenta facilidad de operación buena y calidad de audio regular. Reproduce 11.5 casetes en forma continua, utilizando un par de pilas alcalinas, tiene tecla para reembobinado y grabación de voz a manos libres.